



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto Técnico previo a la obtención del Título de Diseñador Gráfico

“Campaña social como instrumento para sensibilizar sobre la salud mental en adolescentes de la U.E. Madres Gertrudis en el Cantón Cevallos”.

Autora: Guzmán Mayorga Marco Vinicio

Tutor: Mg. Maldonado Chérrez, Carolina Elizabeth

Ambato – Abril
Julio, 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto Técnico sobre el tema:

“Campaña social como instrumento para sensibilizar sobre la salud mental en adolescentes de la U.E. Madres Gertrudis en el Cantón Cevallos” del/la alumno/a Marco Vinicio Guzmán Mayorga, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho proyecto reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, julio del 2023

EL TUTOR



.....
Carolina Elizabeth Maldonado Chérrez

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Técnico “**CAMPAÑA SOCIAL COMO INSTRUMENTO PARA SENSIBILIZAR SOBRE LA SALUD MENTAL EN ADOLESCENTES DE LA U.E. MADRES GERTRUDIS EN EL CANTÓN CEVALLOS**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, julio del 2023

LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. V. Guzmán Mayorga', is centered on a light gray rectangular background.

.....
Marco Vinicio Guzmán Mayorga

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Técnico o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Técnico, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, julio del 2023

El autor



.....
Marco Vinicio Guzmán Mayorga

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema **“Campaña social como instrumento para sensibilizar sobre la salud mental en adolescentes de la U.E. Madres Gertrudis en el Cantón Cevallos”** de Marco Vinicio Guzmán Mayorga, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, julio del 2023

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico a cada una de las
personas que me
apoyaron a lo largo de
toda mi vida académica.

Marco Vinicio Guzmán Mayorga

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por ser el apoyo incondicional quienes velaron por mis todos los años de estudio y agradezco a mis familiares quienes siempre creyeron en mí.

Marco Vinicio Guzmán Mayorga

ÍNDICE DE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
Capítulo I.....	1
1. Antecedentes.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Árbol de problemas	4
1.3. Justificación del proyecto.....	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
Capítulo II.....	6
2. MARCO REFERENCIAL.....	6
2.1. Estado de la cuestión.....	6
2.2. Enfoque social del diseño.....	7
2.3. Marco legal.....	7
2.3.1. Derechos de los niños.....	7
2.3.2. Ley de comunicación.....	9
2.4. Variables	11
2.5. Redes conceptuales	11

2.6. Marco conceptual.....	12
2.6.1. Publicidad.....	12
2.6.1.1. Medios publicitarios.....	12
2.6.1.2. Tipos de publicidad.....	13
2.6.2. Publicidad social.....	13
2.6.2.1. Objetivos.....	14
2.6.2.2. Aplicaciones.....	14
2.6.3. Diseño gráfico.....	15
2.6.3.1. Diseño publicitario.....	16
2.6.3.2. Elementos gráficos.....	16
2.6.3.3. Tipografía.....	17
2.6.3.4. Teoría del color.....	18
2.6.4. Campaña Social.....	18
2.6.4.1. Tipos de campañas sociales.....	18
2.6.4.2. Mensaje.....	19
2.6.4.3. Etapas.....	19
2.6.4.4. Estrategias de contenido.....	20
2.6.1. Ciencia del comportamiento humano.....	21
2.6.1.1. Tipos de psicología.....	21
2.6.1.2. Psicología clínica.....	21
2.6.1.3. Psicología del marketing y del consumidor.....	22
2.6.1.4. Psicología laboral.....	22
2.6.1.5. Psicología Social.....	23
2.6.1. Psicología educativa.....	24
2.6.1.1. Enfermedades más frecuentes en la psicología educativa.....	24
2.6.2. Salud mental.....	24
2.6.2.1. Trastornos mentales.....	25

2.6.2.2. Tipos de trastornos mentales en la adolescencia.....	25
2.6.2.3. Recomendaciones para la buena salud mental	26
CAPÍTULO III.....	27
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	27
3.1. Análisis externo.....	27
3.1.1. Análisis PEST (Político, Económico, Social, Tecnológico)	27
3.1.1.1. Análisis Político	27
3.1.1.2. Análisis Económico	28
3.1.1.3. Análisis Social.....	29
3.1.1.4. Tecnológico.....	30
3.1.2. Tendencias.....	31
3.1.3. Segmentación del mercado potencial.....	34
3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.....	35
3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.....	36
3.1.6. Análisis estratégico de la competencia. (benchmarking)	36
3.2. Análisis interno	40
3.2.1. Análisis FODA	40
3.2.1.1. Fortalezas.....	40
3.2.1.2. Oportunidades	40
3.2.1.3. Debilidades.....	40
3.2.1.4. Amenazas	41
3.2.2. Cuadro resumen del análisis FOD.....	41
3.3. Rentabilidad.....	42
CAPÍTULO IV.....	42
4. DISEÑO METODOLÓGICO.....	42
4.1. Método	42
4.2. Enfoque del proyecto.....	42

4.3. Modalidad de investigación	43
4.3.1. Investigación Bibliográfica – Documental.....	43
4.3.2. Investigación de campo	43
4.4. Nivel de la investigación.....	43
4.4.1. Exploratoria	43
4.4.2. Descriptiva.....	44
4.4.3. Explicativa.....	44
4.5. Población y muestra	44
4.6. Análisis e interpretación de resultados.....	45
4.6.1. Entrevistas a los docentes.....	45
4.6.2. Encuesta al profesional del DECE	50
4.6.3. Entrevistas a diseñadores.....	53
4.6.4. Resultados de las encuestar	59
CAPITULO V	74
5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	74
5.1. Descripción general del proyecto.....	74
5.1.1. Concepto.....	74
5.1.2. Tono y estilo.....	75
5.1.3. Descripción Técnica del producto.	75
5.1.4. Objetivo	75
5.1.4.1. Etapas	76
5.1.4.2. Matriz estratégica.....	77
5.1.4.3. Cronogramas	79
5.1.4.4. Acabados.....	84
5.1.4.5. Composición	84
5.1.4.6. Jerarquía.....	84
5.1.4.7. Funcionalidad.....	85

5.1.5. Expresión creativa	85
5.1.6. Valor agregado	85
5.1.7. Materiales e Insumos	85
5.1.8. Formatos	86
5.1.9. Presupuesto.....	87
5.1.10. Construcción del prototipo.	88
5.1.10.1. Identidad visual	88
5.1.10.2. Manual de marca	89
5.1.10.3. Naming.....	89
5.1.10.4. Identificador gráfico.....	89
5.1.10.5. Construcción	90
5.1.10.6. Modulación	90
5.1.10.7. Área de seguridad.....	90
5.1.10.8. Tamaños mínimos	91
5.1.10.9. Cromática	91
5.1.10.10. Aplicación de color	92
5.1.10.11. Tipografía.....	92
5.1.10.12. Usos correctos	93
5.1.10.13. Usos incorrectos	94
5.1.10.14. Aplicaciones.....	94
5.1.11. Material visual para charlas	95
5.1.12. Piezas gráficas para medios tradicionales (impresos)	96
5.1.13. Piezas gráficas para redes sociales	97
5.1.14. Video	98
CAPÍTULO VI.....	98
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
6.1. Conclusiones	98

6.2. Recomendaciones.....	99
REFERENCIAS.....	100
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Casos de intento de suicidio por provincias en 2021.....	2
Tabla 2 Casos de intento suicida por edad en adolescentes.....	3
Tabla 3 Casos de intento suicida por género en adolescentes.....	3
Tabla 4 Segmentación del mercado potencial.....	34
Tabla 5 Cuadro análisis FOD.....	41
Tabla 6 Edades de los estudiantes.....	59
Tabla 7 Genero.....	60
Tabla 8 Conocimiento sobre tutor legal.....	61
Tabla 9 Conocimiento sobre la salud mental.....	62
Tabla 10 Conocimiento sobre trastornos mentales.....	63
Tabla 11 Conocimiento sobre la depresión.....	64
Tabla 12 Conocimiento sobre la ansiedad.....	65
Tabla 13 Conocimiento sobre la bulimia y la anorexia.....	66
Tabla 14 Conocimiento sobre los casos.....	67
Tabla 15 Conocimiento sobre la que trastorno a presenciado.....	68
Tabla 16 Conocimiento sobre campañas acerca de la salud mental.....	69
Tabla 17 Como captar la atención.....	70
Tabla 18 Como le gustaría conocer sobre la salud mental.....	72
Tabla 19 Red social más usada.....	73
Tabla 20 Etapas.....	76
Tabla 21 Matriz Estratégica Objetivo 1.....	77
Tabla 22 Matriz Estratégica Objetivo 2.....	77
Tabla 23 Matriz Estratégica Objetivo 3.....	78
Tabla 24 Matriz Estratégica Objetivo 4.....	79
Tabla 25 Cronograma de producción.....	80

Tabla 26 Cronograma de actividades	83
Tabla 27 Materiales e insumos	85
Tabla 28 Formatos para redes sociales	86
Tabla 29 Tamaños medios impreso	87
Tabla 30 Presupuesto	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1.</i> Árbol de problemas	4
<i>Gráfico 2.</i> Categorías fundamentales	11
<i>Gráfico 3.</i> Redes conceptuales variable independiente	11
<i>Gráfico 4.</i> Redes conceptuales variable dependiente	12
<i>Gráfico 5.</i> Pregusta 1	60
Gráfico 6. Pregusta 2	61
Gráfico 7. Pregusta 3	62
Gráfico 8. Pregusta 4	63
Gráfico 9. Pregusta 5	64
Gráfico 10. Pregusta 6	65
Gráfico 11. Pregusta 7	66
Gráfico 12. Pregusta 8	67
Gráfico 13. Pregusta 9	68
Gráfico 14. Pregusta 10	69
Gráfico 15. Pregusta 11	70
Gráfico 16. Pregusta 12	71
Gráfico 17. Pregusta 13	72
Gráfico 18. Pregusta 14	73

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1. The Trevor Project	32
Imagen 2. The trevor project	32
Imagen 3. Nestera	33
Imagen 4. PureCare	33
Imagen 5. Geometric Walves	34
Imagen 6. Marca de campaña antirracismo	37

Imagen 7. Lo perfecto es ser real	38
Imagen 8. Afiche de campaña antitabaco.....	39
Imagen 9. La verdadera cara del tabaco.....	39
Imagen 10. Identificador de la campaña	89
Imagen 11. Construcción.....	90
Imagen 12. Modulación.....	90
Imagen 13. Área de seguridad.....	91
Imagen 14. Tamaños mínimos	91
Imagen 15 . Cromática	92
Imagen 16. Aplicación de colores	92
Imagen 17. Tipografía.....	93
Imagen 18. <i>Usos correctos</i>	93
Imagen 19. Usos incorrectos	94
Imagen 20. Camisetas y busos	94
Imagen 21. Gorras	95
Imagen 22. Pulseras.....	95
Imagen 23. Diapositivas.....	96
Imagen 24. Roll Up	96
Imagen 25. Carteles informativos	97
Imagen 26. Post para redes.....	97
Imagen 27. Edición Video.....	98

RESUMEN EJECUTIVO

La salud mental en los adolescentes es una parte fundamental de su desarrollo como persona, si no existe un cuidado puede traer consecuencias graves en el día a día, donde se detecta con mayor frecuencia los efectos de la mala salud mental es en las Instituciones Educativas ya que pasan el mayor tiempo en ella, por ello, mediante la elaboración del presente proyecto el desarrollo de una campaña social como instrumento de sensibilización para los adolescente, así cuiden su salud mental y apoyen a quien lo necesita.

Por tal motivo, se realizó la investigación y la recolección de datos sobre factores que afectan la salud mental de los adolescentes, abordando un enfoque cualitativo y cuantitativo, con la realización de entrevistas y encuestas se pudo constar cual es el nivel de desconocimiento del tema, así también se logró saber la opinión sobre cuan impórtate es conocer sobre la salud mental en la adolescencia.

De esta manera con la información que se recolecta servirá para generar las estrategias para la elaboración de propuestas adecuadas para la elaboración de la campaña social que será difundida por los medios más adecuado para llegar al público objetivo.

PALABRAS CLAVES: Salud Mental, Campaña social, Diseño gráfico, Adolescentes, Depresión.

ABSTRACT

Mental health in adolescents is a fundamental part of their development as a person, if there is no care it can have serious consequences on a daily basis, where the effects of poor mental health are most frequently detected is in educational institutions since they spend the most time there, therefore, through the development of this project, the development of a social campaign as a tool to raise awareness among adolescents, so they take care of their mental health and support those who need it.

For this reason, research and data collection was carried out on factors affecting the mental health of adolescents, using a qualitative and quantitative approach, with interviews and surveys to determine the level of ignorance on the subject, as well as to ascertain the opinion on how important it is to know about mental health in adolescence.

In this way, the information collected will serve to generate strategies for the development of appropriate proposals for the development of the social campaign that will be disseminated by the most appropriate means to reach the target audience.

KEY WORDS: Mental Health, Social Campaign, Graphic Design, Adolescents, Depression.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador busca sensibilizar sobre la salud mental en los adolescentes que pertenecen a la Unidad Educativa Madre Gertrudis, se genera un mayor interés sobre este problema que afecta a la social. Para lograr desarrollar este proyecto, se ha ido realizando varios aspectos que se separan por capítulos, los cuales se determinan de la siguiente manera:

Capítulo I: En este capítulo se plantea el tema del proyecto, así como el problema a tratar, la contextualización de manera macro, meso y micro, el árbol de problema donde se evidencia sus causas y efectos, se da a conocer la justificación del proyecto y la creación de los objetivos que se han propuesto para el tema.

Capítulo II: En el presente capítulo se muestra el marco referencial, el estado de cuestión del análisis de otras campañas sociales con a la salud mental y campañas dirigidas a adolescentes, el marco legal, la creación de variables para la investigación y se muestra la creación de las redes conceptuales y su marco conceptual para la fundamentación teórica.

Capítulo III: Se realizó el análisis político, económico, social y tecnológico (PEST) con relación a la problemática, la investigación de las tendencias, así como se realizó el análisis del cuadro de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenaza (FODA) de la institución para poder generar propuestas que ayuden a los adolescentes que la institución pueda brindar.

Capítulo IV: En el capítulo se establecen las metodologías de investigación que se va a ocupar para la recolección de información, se obtiene la población y muestra para poder llegar a un público objetivo más claro, mediante entrevistas y encuestas para realizar el análisis de los resultados.

Capítulo V: Se encuentra como se va a proceder a realizar la propuesta del proyecto estableciendo objetivos y estrategias adecuadas para allegar al público objetivo, presupuestos del proyecto y la elaboración de los entregables donde se muestra cómo se va a manejar los productos de la campaña.

Capítulo VI: Se establece las conclusiones y recomendaciones finales al desarrollar el proyecto

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.1. Tema

Campaña Social como instrumento para sensibilizar sobre la salud mental en adolescentes de la U.E. Madres Gertrudis en el Cantón Cevallos.

1.2. Planteamiento del problema

En los últimos años, las personas han experimentado cambios significativos debido a las medidas restrictivas impuestas por la llegada de la pandemia. Estos cambios han afectado a niños, jóvenes y adultos en diferentes maneras. Los adolescentes, por ejemplo, han tenido que estudiar desde casa, lo que ha provocado un aumento en las enfermedades mentales, como el estrés, la ansiedad, la depresión y la retracción social. Esta situación ha generado una falta de sociabilización entre amigos, compañeros y vecinos de la misma edad.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020). Cerca de 1000 millones de personas padecen trastornos mentales. Estos trastornos representan el 16% de las enfermedades que se sufren a nivel mundial, lo que indica que 1 de cada 5 adolescentes sufre algún trastorno mental. Los adolescentes sufren varios problemas de salud mental, siendo la ansiedad uno de los problemas más comunes a nivel mundial. El 3,6% de los adolescentes de 10 a 14 años y el 4,6% de 15 a 19 años sufren de este trastorno, que puede manifestarse a través de ataques de pánico u otras preocupaciones que son demasiado fuertes para su edad.

Otro de los trastornos más frecuentes en los jóvenes es la depresión, que afecta al 1.1% de adolescentes de entre 10 a 14 años y al 2,8% de adolescentes de 15 a 19 años en todo el mundo. Estos dos trastornos son los más comunes porque tienen síntomas similares, como cambios constantes en el estado de ánimo.

Ecuador se encuentra en el undécimo lugar a nivel mundial en cuanto a casos de depresión se refiere, con un 4.2% de su población afectada por esta enfermedad y un 5.6% por ansiedad. Según encuestas realizadas por UNICEF, cuatro de cada diez niños y adolescentes ecuatorianos experimentan estrés y ansiedad. Este problema es más

frecuente en estudiantes de educación básica y bachillerato, a los adolescentes que se les ha detectado estos problemas 3 de cada 10 han sido tratados por miembros del Departamentos de Consejería Estudiantil (DECE).

El representante de la UNICEF en Ecuador Joaquín González afirma que.

La salud mental está relacionada con el bienestar emocional, psicológico, social ya que afecta la forma en que pensamos, sentimos y actuamos, además determina nuestra capacidad para manejar el estrés, relacionarnos con los demás y es clave para que los niños, niñas, adolescentes y sus familias puedan salir adelante (unicef, 2020).

Tabla 1

Casos de intento de suicidio por provincias en 2021.

Provincias	Emergencias	Porcentaje
Guayas	72	20 %
Pichincha	53	15 %
Tungurahua	43	12 %
Azuay	34	10 %
Manabí	32	9 %
Otras Provincias	123	34%
Total	357	100,00 %

La tabla 1 muestra cuales son las provincias con el mayor índice de intentos suicidas en el Ecuador, ubicando a la Provincia de Tungurahua en el tercer puesto.

Mediante el estudio observacional acerca de los factores que están asociados a los intentos suicidas en adolescentes, se les toma en consideración por rango de edad que abarca un total de 35 casos en los cuales están distribuidos desde los 10 años hasta los 14 años, la distribución se puede ver reflejada en la tabla 2.

Tabla 2

Casos de intento suicida por edad en adolescentes.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
10	1	2,90 %
11	2	5,70 %
12	5	14,30 %
13	9	25,70 %
14	18	51,40 %
Total	35	100,00 %

La tabla 2 se evidencia que en el rango de edad donde se presentan índices altos de intentos suicidas, siendo la edad de 14 años con un 51,40 % de casos en adolescentes.

Tabla 3

Casos de intento suicida por género en adolescentes.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	29	82,90 %
Masculino	6	17,10 %
Total	35	100,00 %

La tabla 3 indica que el índice más alto en los intentos suicidas se presenta en el género femenino dando un mayor porcentaje que el género masculino.

1.2.1. *Árbol de problemas*



Gráfico 1. Árbol de problemas

1.3. Justificación del proyecto

La depresión es un problema serio que afecta a muchos adolescentes. La campaña de concientización puede ayudar a concientizar o sensibilizar a los adolescentes acerca de los efectos y las consecuencias que conlleva tener un trastorno mental como es la depresión, así llegar a fomentar la empatía y el respeto hacia los demás, a su vez esto les permita identificar si ellos padecen este trastorno o alguno de sus compañeros; de esta manera se puedan brindar apoyo moral o impulsar a que busquen ayuda más profesional.

Es necesario realizar esta campaña para apoyar la salud mental de los adolescentes debido a que comienza la transición de niños a adultos, este proceso conlleva muchos cambios, la vulnerabilidad que tienen los adolescentes se produce por la poca información que estos poseen, por lo cual se plasmará las causas, consecuencias, síntomas y las formas de mantener una buena salud mental para prevenir la depresión.

La institución busca mejorar el bienestar del alumnado para ello busca salvaguardar la integridad tanto física como psicológica de sus jóvenes, también poder incrementar el

prestigio de la institución, la salud mental es indispensable para que los adolescentes tengan un mejor rendimiento académico.

La campaña es factible ya que se tiene una apertura total por parte de la Institución, dándonos el fácil acceso a toda la información requerida. Esta campaña se realizará en la Unidad Educativa Madre Gertrudis dirigida a los adolescentes de séptimo, octavo, noveno y décimo año, los cuales se encuentran en un rango de edad desde los 11 a 15 años, ya que aquí es donde comienza la adolescencia y se evidencia los indicios de una mala salud mental más frecuente que se producen en los jóvenes de 12 a 14 años; La campaña se dirigirá a su vez a los representantes legales como público secundario quienes son fundamentales para la efectividad en los objetivos que se desea alcanzar.

Mediante los conocimientos que se tiene acerca de la fotografía y la ilustración se realizara esta campaña, en donde se combinara estas dos ramas del diseño para causar un interés en los adolescentes, la artista Donna Adi utiliza una técnica similar a la que se propone, a esta técnica la denomina “realismo mágico” en donde se ilustra sobre la fotografía, permitiendo añadir elementos ilustrados que ocasiona más interés en el público, así estos se interesen en lo que se quiere comunicar.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

Desarrollar una campaña social como instrumento para sensibilizar sobre la salud mental en adolescentes de la U.E. Madres Gertrudis en el cantón Cevallos.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar los problemas de salud mental que registran los estudiantes dentro de la institución mediante el uso de encuestas y entrevistas.
- Determinar métodos para prevenir los problemas de salud mental en los adolescentes mediante entrevistas al Departamento de Consejería Estudiantil (DECE) y especialistas en psicología.
- Definir los lineamientos para el planteamiento de estrategias de la campaña social que sirvan de apoyo para sensibilizar sobre la salud mental mediante estudios de caso.

- Plantear estrategias para sensibilizar sobre la salud mental a los adolescentes de la U.E. Madres Gertrudis en el cantón Cevallos.

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Estado de la cuestión

La campaña Gráfica sobre la Salud Mental en la Institución Educativa San Martin (Urbano Alcedo, 2021). Nos demuestra que mediante una campaña se puede llegar a los estudiantes de una Institución Educativa, permitiendo informar acerca de la salud mental y cuál es el mayor problema que afecta a los adolescentes, la depresión es uno de los más grandes problemas que se trata en esta campaña mediante la difusión de información, para que de esta manera los estudiantes puedan combatir esta enfermedad, también se muestra a quien se debe acudir si necesita más información.

En la campaña grafica BTL utilizada para concientizar a los jóvenes de la Ciudad de Cuenca acerca de los estereotipos raciales en la publicidad (Barrera Bravo, 2017). Se llega a la conclusión de que mediante las expresiones gráficas publicitarias se puede llegar de manera más efectiva a los jóvenes, causando un impacto en distintos grupos sociales que no tienen conocimiento directo sobre los estereotipos raciales presentes en la actualidad. Durante la campaña, se utilizó la estrategia de tracción, determinando el medio BTL y empleando el marketing promocional así también como el marketing directo, lo cual ayudó a centrar el enfoque. Esta estrategia se puede dirigir directamente a los adolescentes con el objetivo de disminuir el nivel de estereotipos raciales.

Al analizar la campaña social para concientizar sobre el embarazo en la adolescencia (Vinicio , 2015). Se llega a la conclusión que una campaña social permite contribuir información tanto cultural como de formación, realizando una persuasión en los adolescentes ya que es un arma que permite influir en los individuos, esto nos ayuda a causar interés en un objeto para llegar al impulso de obtención del mismo o a su vez se puede utilizar para inculcar que un individuo empiece a comportarse de una manera distinta a la que está acostumbrada sin perder su propia esencia, para lograr estos resultados en la campaña se utilizaron distintos elementos del diseño que ayudan a captar la atención de los jóvenes como la ilustración, animación, creación de personajes, entre

otros, esto fue analizado mediante entrevistas, encuestas, que le ayudó a escoger las mejores características para la realización de la campaña social.

Los carteles realizados para la campaña antitabaco la cual fue dirigida a los adolescentes en la zona central de la ciudad de La Paz (Alcalá Espinoza, 2018), indica que los carteles utilizados permiten incentivar a los jóvenes a no consumir tabaco, en esta campaña, los datos que se recabaron mediante encuestas determinaron que, las piezas graficas se elaboraron de acuerdo al contexto; con la información adecuada al tema que se está abordando, así el mensaje llega de una manera clara que es entendida y puede causar recordación. La elaboración de los carteles se realizó con el manejo del conocimiento técnico, la ayuda de las herramientas digitales para evitar problemas visuales, dando como resultado ideas más creativas y novedosas.

2.2. Enfoque social del diseño.

El diseño en la actualidad se lo maneja como una herramienta que permite influenciar a las personas por diferentes medios tanto físicos como digitales, de esta manera se puede abordar distintos aspectos como el social, político, cultural entre otros, para ello se busca utilizar esta herramienta de la mejor manera para ayudar a los adolescentes.

La presente campaña es de carácter social, dirigido a fomentar la salud mental de los adolescentes para mejorar su estilo de vida estudiantil y su relación con la sociedad, mediante la fomentación del respeto, la empatía y la consideración hacia los demás, de esta manera aumentar la equidad sin importar las diferencias que existan, esto no solo beneficia a los adolescentes sino también a la Unidad Educativa a la que pertenece y a la sociedad en general.

2.3. Marco legal

2.3.1. Derechos de los niños

Según el código penal de la niñez y adolescencia (2017, págs. 1-115); que es el encargado de regular los derechos de niños, niñas y adolescentes, según se menciona en los artículos:

Art. 1.- Finalidad. - Este Código dispone sobre la protección integral que el Estado, la sociedad y la familia deben garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes que viven

en el Ecuador, con el fin de lograr su desarrollo integral y el disfrute pleno de sus derechos, en un marco de libertad, dignidad y equidad.

Para este efecto, regula el goce y ejercicio de los derechos, deberes y responsabilidades de los niños, niñas y adolescentes y los medios para hacerlos efectivos, garantizarlos y protegerlos, conforme al principio del interés superior de la niñez y adolescencia y a la doctrina de protección integral.

Art. 6.- Igualdad y no discriminación. - Todos los niños, niñas y adolescentes son iguales ante la ley y no serán discriminados por causa de su nacimiento, nacionalidad, edad, sexo, etnia; color, origen social, idioma, religión, filiación, opinión política, situación económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad o diversidad cultural o cualquier otra condición propia o de sus progenitores, representantes o familiares.

Art. 26.- Derecho a una vida digna. - Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a una vida digna, que les permita disfrutar de las condiciones socioeconómicas necesarias para su desarrollo integral. Este derecho incluye aquellas prestaciones que aseguren una alimentación nutritiva, equilibrada y suficiente, recreación y juego, acceso a los servicios de salud, a educación de calidad, vestuario adecuado, vivienda segura, higiénica y dotada de los servicios básicos. Para el caso de los niños, niñas y adolescentes con discapacidades, el Estado y las instituciones que las atienden deberán garantizar las condiciones, ayudas técnicas y eliminación de barreras arquitectónicas para la comunicación y transporte.

Art. 27.- Derecho a la salud. - Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a disfrutar del más alto nivel de salud física, mental, psicológica y sexual.

El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende:

1. Acceso gratuito a los programas y acciones de salud públicos, a una nutrición adecuada y a un medio ambiente saludable;
2. Acceso permanente e ininterrumpido a los servicios de salud públicos, para la prevención, tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud. Los servicios de salud públicos son gratuitos para los niños, niñas y adolescentes que los necesiten;

3. Acceso a medicina gratuita para los niños, niñas y adolescentes que las necesiten;
4. Acceso inmediato y eficaz a los servicios médicos de emergencia, públicos y privados;
5. Información sobre su estado de salud, de acuerdo al nivel evolutivo del niño, niña o adolescente;
6. Información y educación sobre los principios básicos de prevención en materia de salud, saneamiento ambiental, primeros auxilios;
7. Atención con procedimientos y recursos de las medicinas alternativas y tradicionales;
8. El vivir y desarrollarse en un ambiente estable y afectivo que les permitan un adecuado desarrollo emocional;
9. El acceso a servicios que fortalezcan el vínculo afectivo entre el niño o niña y su madre y padre;
10. El derecho de las madres a recibir atención sanitaria prenatal y postnatal apropiadas.

Art. 32.- Derecho a un medio ambiente sano. - Todo los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación, que garantice su salud, seguridad alimentaria y desarrollo integral.

Art. 59.- Derecho a la libertad de expresión. - Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresarse libremente, a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, oralmente, por escrito o cualquier otro medio que elijan, con las únicas restricciones que impongan la ley, el orden público, la salud o la moral públicas para proteger la seguridad, derechos y libertades fundamentales de los demás.

2.3.2. Ley de comunicación

Según la ley orgánica de comunicación (2019, págs. 7- 40) que está encargada de regular las leyes de comunicación que protegen a los niños, niñas y adolescentes, según se menciona en los artículos:

Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes. - Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación, ni estigmatización alguna.

Los contenidos que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La revictimización, así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, se tratarán de acuerdo con lo establecido en las leyes referentes a la materia.

Art. 104.- Protección a niñas, niños y adolescentes. - Los Municipios emitirá el reglamento para el acceso a los espectáculos públicos que afecten el interés superior de niñas, niños y adolescentes, de conformidad con el artículo 13 numeral 4 de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño.

El reglamento referido en el párrafo anterior será de uso obligatorio por las autoridades locales y nacionales que tengan competencia, en su respectiva jurisdicción, de autorizar la realización de espectáculos públicos.

2.4. Variables

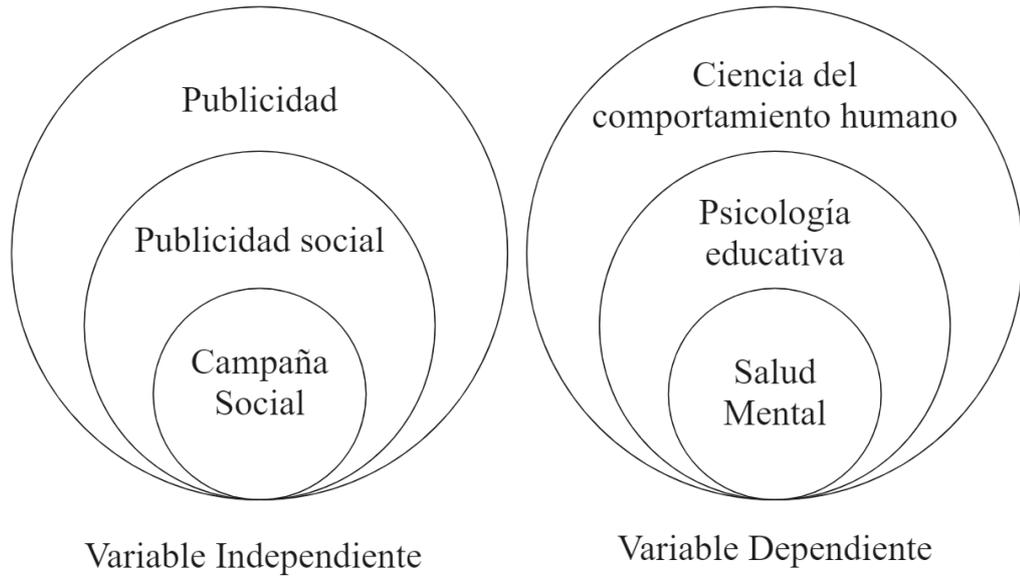


Gráfico 2. Categorías fundamentales

2.5. Redes conceptuales

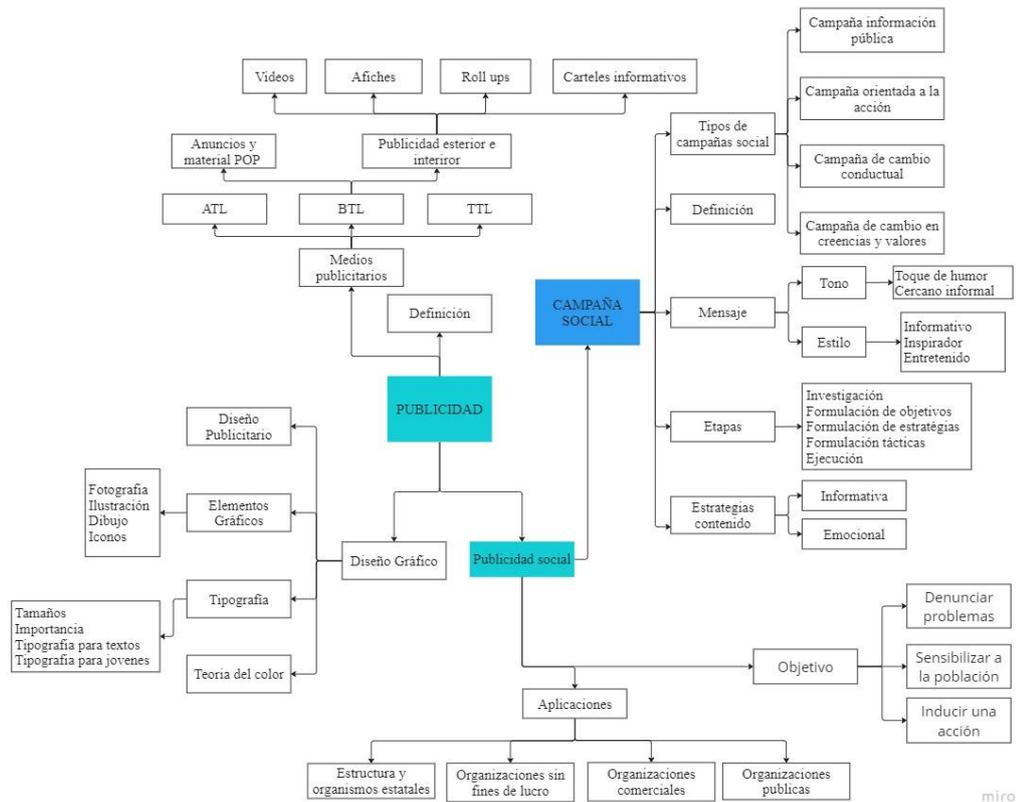


Gráfico 3. Redes conceptuales variable independiente

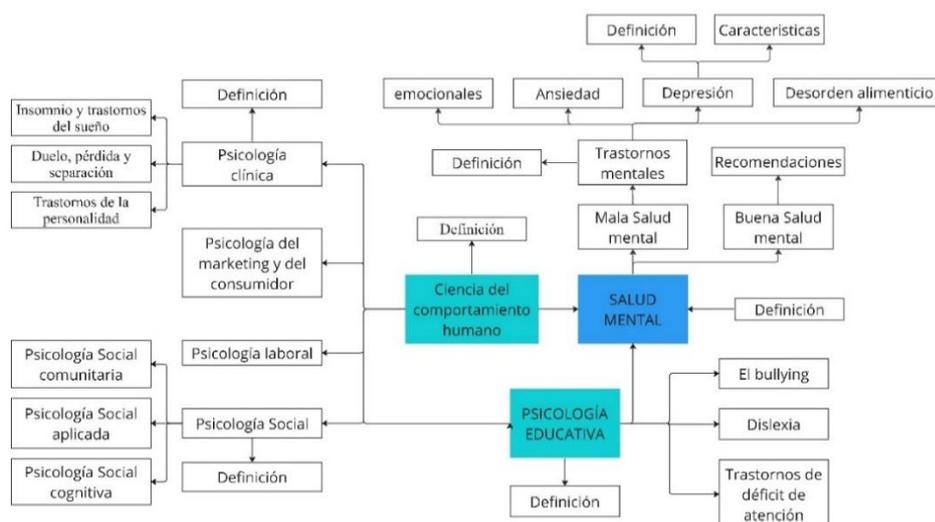


Gráfico 4. Redes conceptuales variable dependiente

2.6. Marco conceptual

2.6.1. Publicidad

La publicidad a tenido muchas definiciones a lo largo del tiempo, esto nos ha permitido tener diferentes percepciones de lo que se trata la publicidad, la más acertada afirma que, “la publicidad consiste en informar a una o varias personas sobre un producto o servicio por medio de un anuncio pagado, con la intención de conseguir un objetivo” (Erickson, 2010, p.15). Con lo antes expuesto se entiende que la publicidad es un medio para promocionar un servicio, una ideología o un producto convirtiéndose en uno de los métodos más eficientes para llegar a convencer al público.

2.6.1.1. Medios publicitarios

ATL

El medio ATL hace referencia a los canales de distribución convencionales que buscan llegar a un amplio público mediante mensajes que fortalecen una marca, comunicando información general sobre productos o buscando generar una respuesta emocional. Por otro lado, las iniciativas "bajo la línea" se asemejan en las estrategias tradicionales de marketing directo, ya que tienen como objetivo establecer relaciones específicas entre los vendedores y los consumidores individuales, ofreciendo una medida comparable de facilidad de medición (Salas L., 2018).

BTL

La publicidad debajo la línea mejor conocida como publicidad BTL, consiste en publicitar hacia un grupo específico de personas. Por lo general esto forma parte de las estrategias de marketing directo, debajo de la línea se centran más en la comunicación que en la misma marca (Salas L., 2018).

TTL

Publicidad TTL o denominada a través de la línea se da cuando se presenta el uso de la publicidad ATL y BTL. Las últimas actualizaciones del mercado infieren que es sumamente necesario utilizar el ATL y el BTL (Salas L., 2018).

2.6.1.2. Tipos de publicidad

Publicidad política

La publicidad política busca influir en el pensamiento de las masas. Para lograrlo, es necesario implementar teorías de la comunicación, la psicología social y otros campos científicos que aporten sus conocimientos sobre como influenciar a las personas, esto permite incentivar a que tomen una decisión correcta según el contexto que se dé la publicidad (Cortés, 2023).

Publicidad comercial

La publicidad comercial puede ser descrita como la interacción entre un proveedor de productos o servicios con el objetivo de promocionar a la mayor cantidad de público posible. Se destaca por su intención persuasiva y orientada a obtener beneficios, por medio de hechos, ideas u opiniones agregando un conjunto de elementos creativos (Capodiferro Cubero, 2017).

2.6.2. *Publicidad social*

Se determina a la publicidad social a la actividad que comunica de manera persuasiva, a través de los medios publicitarios, para causar un interés social. Por lo tanto, la publicidad social se plantea objetivos de carácter no comercial, buscando efectos que contribuyan de una manera a corto o a su vez a largo plazo, al desarrollo social y fomentar la concienciación social (Alvarado , 2005) .

2.6.2.1. Objetivos

Denunciar problemas

Denunciar los problemas que existen en la sociedad mediante la campaña social, generando conciencia a través de lo evidente a un nivel crítico de conocimiento entre la población, a pesar de que su objetivo principal es proporcionar información (Alvarado , 2005).

Objetivos Sensibilizar a la población

Mediante un instrumento de persuasión que permita a la población identificar los problemas que necesitan conocer, esto se define mediante el público objetivo que se considere para poder desarrollar una sociedad que actúe ante los problemas que viven (Alvarado , 2005).

Objetivos Inducir una acción

Esto se refiere a motivar a los receptores a buscar más información libre de la que se ha impartido, esta búsqueda de informaciones debe darse de forma inmediata o a largo plazo, ya que necesitará mucho más que solo simple comunicación, como resultado de la mayoría de las campañas que buscan informar y causar un impacto en la población o su público objetivo (Alvarado , 2005).

2.6.2.2. Aplicaciones

Organizaciones publicas

Las organizaciones públicas desempeñan un papel crucial en la publicidad social, estas tienen la responsabilidad de promover campañas y mensajes que buscan generar conciencia sobre temas importantes, fomentar cambios positivos en la sociedad promoviendo el bienestar general de la población. Estas organizaciones, que operan bajo el ámbito gubernamental, están dedicadas a cuestiones específicas y trabajan para promover el interés público; estos son ministerios, servicios sociales, servicios policiales y militares entre otros, teniendo como objetivo recaudar fondos como las entidades encargadas de recauda impuestos o cobrar deudas por multas establecidas por la ley (Lizano Mejía, 2023).

Organizaciones sin fines de lucro

Estas organizaciones se crean para abordar necesidades sociales, culturales, ambientales, educativas, de salud, entre otras. Su objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas, proteger el medio ambiente, promover la cultura o atender problemas comunitarios. De esta manera se puede realizar peticiones, reclutamiento, brindando ayuda a discapacitados, personas sin hogar, adictos, animales de la calle entre muchas otras (Lizano Mejía, 2023).

Organizaciones comerciales

Son entidades que se crean con el objetivo principal de generar ingresos y obtener beneficios económicos. Estas organizaciones se dedican a la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios para satisfacer las necesidades y demandas de los consumidores, además buscan difundir algunas formas de publicidad social para obtener diferentes fines que terminan ayudando algún tipo de causa social (Lizano Mejía, 2023).

Estructura y organismos estatales

En el contexto de la publicidad social, la estructura y los organismos estatales pueden desempeñar un papel significativo en la promoción de campañas y mensajes destinados a generar conciencia sobre temas sociales importantes y fomentar cambios positivos en la sociedad. En la actualidad la publicidad social se está viendo con frecuencia debido a que se ha implementado un gran número de pancartas, así como otros medios publicitarios (Lizano Mejía, 2023).

2.6.3. Diseño gráfico

El diseño gráfico es la disciplina que abarca la planificación, materialización de conceptos y vivencias a través de elementos visuales o textuales, su función principal es comunicar ideas o mensajes de manera visual, estas representaciones gráficas pueden variar desde simples logotipos empresariales hasta complejas composiciones de páginas web. El diseño gráfico emplea tanto elementos gráficos como textos integrándolos en diversos tipos de medios, su propósito es facilitar la conexión entre el creador y el receptor, transmitiendo el mensaje de un proyecto, evento, campaña o producto de forma efectiva (Pacheco, 2018).

2.6.3.1. Diseño publicitario

El diseño publicitario es una disciplina que combina elementos visuales con creatividad y estrategias para crear material gráfico o audiovisual con el propósito de promocionar productos, servicios, marcas y persuadir al público objetivo, a realizar una acción deseada como comprar un producto, contratar un servicio o simplemente recordar una marca (Tena Parera, 2017).

2.6.3.2. Elementos gráficos

Fotografía

La fotografía es una técnica y arte visual que permite capturar o registrar imágenes de la realidad mediante el uso de luz y otras formas de energía radiante, esto se logra mediante la acción de una cámara fotográfica, que utiliza lentes para enfocar la luz que ingresa a través del objetivo y proyectarla sobre un medio fotosensible, como una película fotográfica o un sensor digital. La fotografía tiene diversas aplicaciones y propósitos, como documentar eventos, expresar emociones, capturar momentos significativos, comunicar ideas, contar historias, entre otros. Además de su utilidad práctica y documental, también es considerada una forma de arte, ya que los fotógrafos pueden expresar su creatividad y visión personal a través de la composición, el uso de la luz, la selección de sujetos y el procesamiento de las imágenes (Langford, 1979).

Ilustración digital

La ilustración digital es una forma de arte y diseño que utiliza herramientas de software digitales para crear imágenes, gráficos y representaciones visuales, a diferencia de la ilustración tradicional que involucra técnicas manuales como lápices, pinturas o técnicas de grabado, la ilustración digital se realiza utilizando dispositivos electrónicos como computadoras, tabletas gráficas y software especializado (Media, 2020).

Las ilustraciones digitales pueden abarcar una amplia gama de estilos y técnicas, desde ilustraciones realistas hasta diseños más estilizados y artísticos. Los ilustradores digitales suelen utilizar programas de software de edición de imágenes, como Adobe Ilustrador o Adobe Photoshop, que ofrecen una amplia gama de herramientas y opciones para crear obras de arte de alta calidad (Media, 2020).

Dibujos

El dibujo es una forma de expresión artística y creativa que consiste en plasmar líneas, formas, colores sobre una superficie, generalmente utilizando lápices, plumas, tizas, carboncillos, tintas, acuarelas u otros medios. Esta una de las formas más básicas y primordiales de representación visual utilizada por los seres humanos desde tiempos remotos.

Iconos

En el contexto del diseño gráfico y la informática, son pequeñas representaciones visuales que simbolizan objetos, acciones, conceptos o aplicaciones de manera sencilla y reconocible. Estos elementos gráficos se utilizan para proporcionar una representación visual simplificada de elementos más complejos o extensos.

2.6.3.3. Tipografía

La tipografía es el arte y técnica de diseñar, organizar los caracteres de un alfabeto, así como los caracteres especiales y símbolos, para crear un conjunto coherente, estéticamente agradable que se utiliza para la escritura, impresión o visualización de textos. En otras palabras, la tipografía se refiere al diseño y estilo de las letras que se utilizan en la escritura impresa o digital (Satué, 2007).

Caracteres: Son las letras, números, signos de puntuación y símbolos que conforman un conjunto de caracteres tipográficos, cada fuente tipográfica tiene su propio conjunto de caracteres con un diseño específico.

Familias tipográficas: Las fuentes tipográficas se agrupan en familias que comparten un diseño similar. Por ejemplo, una familia tipográfica puede tener versiones regulares, negrita, cursiva, etc., todas basadas en un estilo de diseño común.

Estilos y pesos: Las fuentes tipográficas pueden tener diferentes estilos como regular, negrita, cursiva (itálica), semi negrita, entre otros. Cada estilo tiene su propio grosor o peso, que determina la apariencia visual de las letras.

Serif y Sans Serif: Las fuentes serif tienen pequeños remates o adornos en los extremos de los caracteres, mientras que las fuentes sans serif carecen de estos detalles.

Las fuentes serif suelen asociarse con un aspecto más formal y tradicional, mientras que las sans serif suelen verse como modernas y limpias.

2.6.3.4. Teoría del color

La teoría del color es un campo de estudio que se ocupa de entender cómo percibimos y experimentamos los colores en el mundo que nos rodea. Además, es una disciplina que abarca diversos aspectos desde la física, la biología hasta la psicología y el arte. Esta teoría se basa en la idea de que los colores que vemos ya que son el resultado de la interacción de la luz con nuestros ojos y cerebro (Albers, 2020).

2.6.4. Campaña Social

El objetivo principal de esta campaña a más de informar es concientiza y brindar una posible solución a un problema. La campaña está financiada por el estado u organizaciones sin fines de lucro (Cantos Olmedo, 2022).

2.6.4.1. Tipos de campañas sociales

Campaña de información pública

Su objetivo principal es brindar información nueva a las personas para crear conciencia, permitiendo así generar un cambio cognitivo en ellas. Lo que se pretende lograr con estas acciones es iniciar un nuevo comportamiento con un criterio formado en el público objetivo con la información brindada (Martínez Ortega, 2013).

Campaña orientada a la acción

Este tipo de campaña social intentan persuadir el cambio en un amplio grupo de personas para que realicen una acción o una práctica específica dentro de un período de tiempo, también consiste en informar a los posibles participantes acerca de la importancia de llevar a cabo dicha acción (Martínez Ortega, 2013).

Campaña de cambio conductual

La intención de esta campaña es motivar a las personas a modificar su comportamiento en beneficio propio y de su entorno. Estas iniciativas enfrentan desafíos más grandes, buscando que las personas abandonen hábitos antiguos y adquieran nuevos; por lo tanto, el responsable de la campaña debe contar con la capacidad de respaldarla no solo en

términos de medios de comunicación, sino también en canales de atención y respuesta (Martínez Ortega, 2013).

Campaña de cambio en creencias y valores

En estas campañas es importante la identidad y el bienestar de una persona ya que se basa en sus valores fundamentales que posee cada individuo. Cualquier alteración en estos valores genera estrés, es posible fomentar cambios en los valores al generar nuevos comportamientos (Martínez Ortega, 2013).

2.6.4.2. Mensaje

El mensaje en una campaña social se basa en el contenido principal y la idea central que se desea transmitir al público objetivo con el propósito de promover un cambio social positivo. Estas campañas suelen abordar temas importantes y relevantes para la sociedad, como la salud, el medio ambiente, la equidad e igualdad, la educación, la violencia, entre otros. El mensaje es esencial para lograr el impacto deseado, ya que debe ser claro, coherente y persuasivo. Debe comunicar de manera efectiva el propósito de la campaña, los valores que representa y la acción que se busca en el público (Ancin, 2018).

Tono y Estilo

Son elementos fundamentales de la comunicación y la estrategia utilizada para transmitir un mensaje específico a la audiencia objetivo. Ambos conceptos se aplican en diversos tipos de campañas, como campañas publicitarias, campañas políticas, campañas sociales, entre otras (Salas, 2018).

2.6.4.3. Etapas

Investigación

En esta etapa es necesario explorar la información más adecuada para justificar y sustentar el porqué de la campaña, logrando determinar las necesidades y carencias que se detecte.

Formación de objetivos

Una de las prácticas ampliamente utilizadas en primera instancia consiste en establecer metas generales y luego metas específicas con atributos claramente definidos,

asegurándose de que sean medibles y alcanzables. Los objetivos de la publicidad deben expresarse de manera precisa para tener sentido y ser útiles, mientras las estrategias definen el "qué" y las tácticas el "cómo", los objetivos buscan responder a la pregunta de "hacia dónde se desea llegar", marcando un camino que debe estar claro desde el principio y proporcionando un factor de control y seguridad.

Formación de estrategias

La estrategia constituye la base sobre la cual se fundamentarán las principales acciones de comunicación. Es fundamental que los objetivos sean concretos, medibles y alcanzables y que se vinculen de manera coherente con la formulación estratégica

Formación de tácticas

En las tácticas se detalla minuciosamente la forma de llevar a cabo las estrategias. Por ejemplo, si la estrategia plantea una acción en medios de prensa, las tácticas se convierte en ideas de un anuncio específico que se publicará en un periódico determinado, con fechas precisas de inserción y la sección exacta donde se colocará.

Ejecución

La fase de implementación o mejor conocida como ejecución de un proyecto siempre es una de las etapas más críticas de un plan estratégico; en líneas generales, una planificación excelente puede desperdiciarse debido a una ejecución deficiente.

2.6.4.4. Estrategias de contenido

Informativo

Tiene como objetivo educar, sensibilizar e informar a la audiencia sobre un tema específico. Aquí hay algunas estrategias de contenido que puedes implementar para llevar a cabo una campaña social.

Emocional

Busca conectar con la audiencia a nivel emocional, generar empatía, comprensión y motivar acciones a través de sentimientos y valores compartidos generando un impacto e impulsando al cambio para brindar un mejor entendimiento del problema al cual se relaciona el tema.

2.6.1. Ciencia del comportamiento humano

El comportamiento humano es uno de los aspectos más destacados que estudia, investiga y trata la psicología. Este término hace referencia a la forma en la que se comportan las personas ante determinadas situaciones, pero siempre teniendo en cuenta la influencia que existe en relación con los factores sociales o ambientales (Peiró, 2021).

2.6.1.1. Tipos de psicología

2.6.1.2. Psicología clínica

Se enfoca en los diversos aspectos relacionados con el intelecto, las emociones, la biología, la psicología, la sociedad, el comportamiento humano, los cuales operan a lo largo de la vida en distintas culturas y en todos los niveles socioeconómicos (Cullari, 2001).

Enfermedades que se trata en la psicología clínica

Insomnio o trastornos del sueño

Es una condición en la cual una persona experimenta dificultades para conciliar el sueño, mantenerlo o disfrutar de un descanso de calidad. Hay varios tipos de trastornos del sueño, y pueden afectar tanto la cantidad como la calidad de siesta de una persona, lo que puede tener un impacto significativo en su bienestar y funcionamiento diario (Cullari, 2001).

Duelo, pérdida o separación

El duelo, la pérdida o la separación son conceptos relacionados con la experiencia emocional y psicológica de enfrentar la ausencia o la ruptura de algo o alguien significativo en nuestras vidas. Aunque están relacionados, cada uno tiene características específicas:

Duelo: El duelo es una respuesta natural y personal ante la pérdida de algo o alguien importante, como la muerte de un ser querido, la pérdida de una mascota, la pérdida de un empleo o la pérdida de una relación significativa. El duelo implica un proceso de adaptación emocional que incluye diversas etapas, como negación, ira, negociación,

depresión y aceptación. Cada persona vive el duelo de manera única y puede experimentar una variedad de emociones durante el proceso.

Pérdida: La pérdida se refiere a la experiencia de quedarse sin algo o alguien valioso en nuestras vidas. Esta pérdida puede ser tangible, como la muerte de un ser querido o la pérdida de un objeto material importante, o puede ser intangible, como la pérdida de una relación, de un sueño o de la salud. La pérdida puede generar un profundo dolor emocional y desencadenar el proceso de duelo.

Separación: La separación se refiere a la acción o el estado de ser apartado o alejado de alguien o algo. Puede implicar el fin de una relación, ya sea por decisión propia o por circunstancias externas, como una ruptura sentimental o un divorcio. La separación puede generar dolor, tristeza, confusión y ajustes en la vida cotidiana. También puede estar asociada con un proceso de duelo, especialmente si implica la pérdida de una persona significativa.

Trastornos de la personalidad

Es una condición mental en la que una persona presenta patrones de pensamiento, comportamiento y funcionamiento emocional que son diferentes a las expectativas culturales que causan dificultades en diversos aspectos de su vida. Estos patrones son estables y persistentes a lo largo del tiempo, suelen manifestarse en diferentes situaciones y contexto (Belloch Fuster & Frenández , 2010).

2.6.1.3. Psicología del marketing y del consumidor

Es el estudio que nos permite analizar el comportamiento de los consumidores o compradores, con la meta de poder identificar sus actitudes, motivaciones, creencias y valores. La información de estos elementos sobre los procesos mentales del consumidor es de mucha utilidad para la toma de decisiones (Nardi, 2017).

2.6.1.4. Psicología laboral

La psicología laboral o mejor conocida como la psicología de trabajo, es la que se encarga de estudiar los procesos psicológicos y conductuales que presentan las personas en el ámbito laboral de una empresa. La encargada de implementar análisis en las

empresas es el sector de Recursos Humanos quienes tienen que mantener al personal en un buen estado de ánimo para que la empresa resalte (Indeed, 2022).

2.6.1.5. Psicología Social

La psicología social es una rama que se centra en el estudio científico de cómo los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas son influenciados por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas. Examina cómo las interacciones sociales, los grupos y el entorno social afectan el pensamiento y el comportamiento individual (Iñiguez, 1994).

Tipos de Psicología Social

Psicología Social comunitaria

Es el estudio de la subjetividad que se realiza y se desarrolla al nivel de inclusión social específico en la comunidad que se encuentre, esto se sobre entendería que es el estudio de la unidad social mediante un aspecto psicológico, se dirige a los individuos como a los grupos de individuos que forma parte de ello (Tovar, 1995).

Psicología Social aplicada

La psicología social aplicada se interesa en utilizar los conocimientos y métodos de la psicología social para abordar problemas, mejorar situaciones en diversos campos, como la salud, la educación, el trabajo, el medio ambiente, la política y la justicia social. Su objetivo principal es comprender cómo las interacciones sociales y los factores contextuales afectan los comportamientos, las actitudes y las decisiones de las personas, utilizando ese conocimiento para promover cambios positivos en la sociedad (Alvaro, Garrido, & Torregrosa, 1996).

Psicología Social cognitiva

La psicología social cognitiva se centra en la interacción entre los procesos cognitivos y sociales para examina cómo las personas procesan, almacenan y utilizan la información social. Esta perspectiva considera que el conocimiento social se construye activamente a través de la interacción entre las experiencias individuales y el entorno social (Garzón, 1984).

2.6.1. Psicología educativa

La rama de la psicología educativa se centra en estudiar el aprendizaje humano, mediante diferentes aspectos como la perspectiva cognitiva. Sus investigaciones se realizan bajo un marco científico, buscan optimizar los aprendizajes y el rendimiento de los alumnos (Macazana Fernández, Sito Justiniano, & Romero Diaz, 2021).

2.6.1.1. Enfermedades más frecuentes en la psicología educativa

El bullying

Es el maltrato físico y psicológico al cual están expuestos los niños, niñas o adolescentes por parte de compañeros, amigos o por otras personas, estos tratan de someterlo, apocarlo, asustarlo, amenazarlo o atentar contra su salud, esto produce un aire de superioridad de un victimario sobre la víctima, en muchas de las ocasiones un victimario influye en una o varias personas para que lo sigan y ellos también comentan acoso escolar (Enríquez & Garzón, 2015).

Dislexia

La dislexia es el trastorno del aprendizaje la cual está centrada en la dificultad en la lectura, debido que no puede identificar correctamente los sonidos del habla y así aprender cómo se relacionan con las letras y las palabras (Mayo Clinic, 2022).

Trastornos de déficit de atención

Es un trastorno neuropsiquiátrico crónico que afecta principalmente a niños, aunque también puede persistir en la edad adulta. Se caracteriza por dificultades en la atención sostenida, hiperactividad e impulsividad. Este trastorno se desarrolla con mayor frecuencia en la infancia y la adolescencia (García, López Pisón, & Mengual, 2004).

2.6.2. Salud mental

La Organización mundial de la salud (OMS, 2022). Define que la salud mental es el estado de las personas que permite desarrollar su carácter a lo largo de su existencia, así enfrentar cualquier tipo de adversidad que presente en la vida diaria, para trabajar productivamente y apoyar al crecimiento de la comunidad.

2.6.2.1. Trastornos mentales

Es una alteración clínica donde es netamente cognitiva, se trata de las regulaciones de las emociones o el comportamiento de un sujeto. Por lo general, se asocia a la angustia o a discapacidad funcional, afecta a todas las personas sin importar su edad, género o raza esto puede llevar a consecuencias fatales para el individuo que lo padece (OMS, 2022).

2.6.2.2. Tipos de trastornos mentales en la adolescencia

Desorden alimenticio

Se la define como la alteración y preocupación sobre la manera de consumir alimentos, esto afectando el cuerpo tanto de manera externa como de manera interna, el aumento o disminución de peso corporal, los trastornos alimenticios se los conoce como anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa (OMS, 2022).

Ansiedad

Se denomina ansiedad al miedo y la preocupación excesiva. Los síntomas que presenta este trastorno es la angustia o una discapacidad funcional. Existen tipos de ansiedad: trastorno de ansiedad generalizada, trastorno de pánico, trastorno de ansiedad social, trastorno de ansiedad de separación (OMS, 2022).

Depresión

Es la alteración del estado de ánimo y emocional debido a problemas de la vida diaria. La persona presenta un estado de ánimo de tristeza, irritabilidad, sensación de vacío o poco interés hacia las actividades, esto se presenta todos los días por alrededor de dos semanas. Los aspectos más relevantes que presenta la depresión es dificultad para concentrarse, sentimiento de culpa o autoestima baja, no pensar en el futuro, pensamientos de muerte o de suicidio, entre otros aspectos. Las personas que padecen esta enfermedad son más propensas a cometer suicidio (OMS, 2022).

Emocionales

Son patrones de pensamiento y de conducta que alteran el funcionamiento de una persona y su equilibrio psicológico, esto influye en la toma de decisiones de una manera

positiva y negativa, estas decisiones pueden ser vistas de una manera inadecuada en la sociedad por el hecho de que no se mide en las consecuencias (Neuropcion, 2021).

2.6.2.3. Recomendaciones para la buena salud mental

La Organización Mundial de la Salud recomienda seguir los consejos de profesionales y de las autoridades locales, a su vez informarse por medio de fuentes viables que garanticen que la información se mantenga al día con las noticias.

Crear una rutina que ayude a mantenerse más activo esto ayuda a distribuir su tiempo evitando estrés u otros inconvenientes. Establecer un horario en el cual pueda dormir de manera constante ya que es de suma importancia para conciliar las horas de sueño requerido. La higiene personal ayuda a tener una relación con las personas en su alrededor creando una mejor confianza para poder socializar. Así como una buena alimentación no solo ayuda a cuidar su salud mental sino su salud en general, por ello se recomienda comer saludable y a horas determinadas. Hacer ejercicio es algo fundamental para sacar sentimientos guardados por ello se recomienda hacerlos habitualmente por lo menos 3 veces a la semana.

El organizar y respetar los horarios de trabajo es fundamental para no llenarse de estrés o preocupaciones, así como realizar actividades que le gusten permitiéndole despejar su mente, ayudando a que los problemas que atraviesa los pueda identificar con mayor claridad brindando una buena solución.

La Organización Mundial de la Salud también recomienda reducir u omitir noticias que causen preocupación, así como limitar el ingreso al internet para buscar noticias acerca de violencia las cuales son perjudiciales para su salud mental.

El mantenerse en contacto con la sociedad es importante, en caso de que sus movimientos se den en espacios reducidos o desconocidos mantenerse en contacto con las personas que se encuentren a su alrededor, en caso de ser necesario mantenga consigo su teléfono y acceso a internet para informar a las personas con las que está en contacto continuo.

Evitar consumir vividas que contenga alcohol, así como evite consumir drogas en cualquier circunstancia. Evite consumir alcohol si no lo ha hecho no seda a la presión

social, no consuma ninguna sustancia alucinógena para enfrentar el miedo, ansiedad, aburrimiento o el aislamiento social.

Controlar el tiempo en el que se utiliza los dispositivos móviles o cualquier otro tipo de pantalla, establecer un tiempo que permita realizar todas las actividades frente una pantalla en caso de que necesite más tiempo frente a una pantalla tomar las medidas adecuadas para descansar cada cierto tiempo.

Los videojuegos en una gran forma de relajación ayudan a despejar la mente, como es un buen método de relajación también se debe establecer tiempos adecuados ya que mucho tiempo jugando videojuego puede ser perjudicial ya que ocuparía más tiempo de lo establecido y no le permite realizar las demás actividades programadas para ese día.

Utilizar las redes sociales con responsabilidad y de una manera adecuada para ayudar a promover mensajes de motivación, corregir cualquier información errónea que afecte al bienestar de otras personas, ayude a la comunidad a entender mejor el manejo de las redes sociales para que no crean en información falsa. Ayude a los miembros de la comunidad que lo necesiten entre ellas las personas discapacitadas o personas de la tercera edad.

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Análisis externo

Identificar elementos sustanciales los mismos que se focalizan en el presente proyecto de desarrollo, a través de la detección de problemas de salud mental en adolescentes pertenecientes al Cantón Cevallos de la Institución privada Madre Gertrudis por medio de instrumentos como es la encuesta cuali-cuantitativa donde se proporcionó la información en la cual realcé la investigación y validé los resultados.

3.1.1. Análisis PEST (Político, Económico, Social, Tecnológico)

3.1.1.1. Análisis Político

El Gobierno de la República del Ecuador se enfoca en una de las problemáticas de los ecuatorianos que es básicamente la salud mental y los riesgos se crean en la vida diaria,

tornándose como principal foco de atención en el sector público y privado ya que son las entidades que los ecuatorianos acuden de primera mano, teniendo en cuenta que hay acceso fácil a los recursos necesarios para tratar esta problemática.

La salud mental es un derecho del ser humano considerado y garantizado por el Estado de la República del Ecuador donde los niños, niñas y adolescentes gozan de estos beneficios, ya que afianza la atención principalmente a menores de 18 años que testan o han atravesado violencia o maltrato. En donde la institución UNICEF desarrolla acciones que proporcionan una atención dirigida más a lo psicosocial y fortalece la creatividad, la comunicación y el liderazgo en diversas poblaciones del Ecuador.

A partir de esto el Ministerio de Salud Pública combate contra toda violencia que se expone al ser humano, por lo que se tiene más control en los establecimientos de salud ya que deben cumplir con estándares donde puedan ser responsables y no omitan ningún caso que afecte contra los derechos desarrollados el Plan Estratégico Nacional de la Salud Mental, mismo que busca consolidar la atención con el apoyo del grupo de especialistas interdisciplinarios.

Concluyendo podemos mencionar que el Código Integral de la Niñez y la Adolescencia menciona que brinda protección a las víctimas siendo un mecanismo de seguridad para la familia de las personas afectadas promoviendo un buen desarrollo integral dentro de un marco de libertad y equidad.

Tal es así que las dificultades que constituyen a los problemas mentales en niños, niñas y adolescentes deben ser aplacados a través de la coherente difusión del contexto en relación con el tema a través de la sensibilización a las personas que esta direccionado el proyecto, que son parte de instituciones educativas, ya que de lo contrario generaría consecuencias a nivel individual, familiar y social, con el objetivo de buscar el progreso en el entorno que se desenvuelven los adolescentes, disminuyendo la exposición a violencia con la sociedad.

3.1.1.2. Análisis Económico

De manera general dentro del Gobierno Nacional en estos últimos años ha invertido alrededor de 50 millones de dólares en salud, deporte, vivienda, inclusión económica y social siendo como principal finalidad el progreso en la calidad de vida de los

ecuatorianas y ecuatorianos desde una perspectiva intersectorial anexada al Ministerio de Desarrollo Social.

Por esta razón el Presupuesto General del Estado (PGE) en el año anterior tuvo una participación crucial al ser partícipe de la toma de decisiones en inversión con la niñez y adolescencia. Por lo que el Ministerio de Salud acreditó a hospitales y dio apertura a varias plazas de trabajo, en donde los profesionales pertinentes sean instrumentos que velen por la integridad y el bienestar de los pacientes en especial de aquellas personas que han sufrido violencia ya sea física, emocional y social.

Hay que mencionar, además que dentro de la educación en la actualidad hay la posibilidad de otorgar un profesor por cada 23 estudiantes dentro del sistema público en cotejo con años anteriores para que los estudiantes adquieran conocimientos más concisos y lleguen a la excelencia académica, para esto el Ministerio de Salud Pública facilita los estudios tanto a estudiantes como a docentes invirtiendo alrededor de 22 millones de dólares.

La UNICEF habla de la importancia de los derechos en niños, niñas y adolescentes, siendo necesario la aportación económica para estas etapas del desarrollo humano, para ello esta institución dio a conocer las razones por las que se debería apoyar a estas generaciones. De manera que la inversión en la primera infancia es fundamental ya que recuperará alrededor de 171 dólares, la inversión en prevención de riesgos en relación con violencia se estaría ahorrando el gobierno 270 dólares, recalcando que se puede evitar 30 mil millones de dólares de débito a costos en atención médicas a causa de trastornos mentales.

Es por ello que esta institución hace hincapié en la inversión en tiempo de crisis y desde la etapa de la infancia debido a que el estado se ahorraría mucho dinero evitando riesgos que pueda perjudicar a la estabilidad emocional, cognitiva, familiar y social del niño, niña y adolescente.

3.1.1.3. Análisis Social

En el presente año la salud mental en adolescentes es un tema que a la población genera preocupación pues constituye una situación que limita a potenciar las habilidades en cada persona y a desarrollar las mismas. Una persona que es inestable con su salud mental

atraviesa por una amplia gama de emociones, por ejemplo: tristeza, ira, insatisfacción, frustraciones, desilusiones e incluso incoherencia social.

Según investigaciones en América Latina nos menciona que en esta última década se ha incrementado las altas tasas de mortalidad en adolescentes, principalmente que tienen problemas con su salud mental y trastornos mentales que orillan a tomar decisiones impulsivas en las personas.

Dentro de este trabajo investigativo se abarcará determinados trastornos evidenciados en la institución perteneciente a la provincia de Tungurahua del cantón Cevallos por ejemplo la depresión, ansiedad, trastornos de desorden alimenticio y trastornos adaptativos, así como también de estrés. Con la finalidad de aportar con información fiable a la sociedad de manera que sea una ayuda a través de la campaña y llegar a los adolescentes para que sean más conscientes de la toma de decisiones y prevenir riesgos mortales.

3.1.1.4. Tecnológico

Considerando los avances tecnológicos actuales, existe una gran relación entre estas tecnologías y el entorno permitiendo agilizar, optimizar y mejorar las actividades que realizamos día a día. La comunicación en la actualidad ha experimentado un gran avance, siendo mucho más rápida en términos de transmitir mensajes, imágenes, videos y documentos desde cualquier parte del mundo.

La tecnología ha desempeñado un papel significativo en el impulso y la mejora de las campañas sociales en varias formas. Una de ellas es el alcance ya que esta facilita la comunicación y la difusión de información. Las redes sociales, los sitios web y las aplicaciones móviles llegar a un público más amplio y diverso. Esto ayuda a crear conciencia sobre diferentes causas sociales y permite que las campañas lleguen a personas que de otra manera podrían estar fuera de su alcance. Facilita la colaboración el intercambio de ideas, recursos y experiencias entre personas que trabajan en diferentes lugares. Esto promueve el trabajo conjunto en campañas sociales, lo que puede aumentar su efectividad y alcance.

La tecnología permita fomentar la sensibilización y educación sobre problemas sociales. Las organizaciones pueden utilizar videos, infografías, blogs y otros medios

digitales para transmitir información relevante y generar conciencia sobre diferentes causas. Además, las campañas sociales pueden aprovechar las redes sociales y las estrategias de marketing en línea para llegar a audiencias más amplias y educarlas sobre temas específicos.

El desarrollo tecnológico es un motor fundamental del progreso en la sociedad actual, sin embargo, existe muchas falencias y su impacto dependerá siempre de la forma en que se utilice y manipule. Por lo tanto, la sociedad debe conservar los métodos tradicionales ya que es la manera más segura de mantener constancia de las cosas que se desea informar sin que existe modificaciones que puedan producir una mala información.

3.1.2. Tendencias.

A lo largo del tiempo, han surgido y se ha establecido diversas tendencias donde marca el comportamiento de las personas y las acciones que llevan a cabo. Por lo tanto, se analizará las temáticas que se presentan el diseño gráfico en el año 2023, con el fin de identificar una dirección clara para el desarrollo de la imagen visual de la campaña en cuestión.

Formas y fuentes psicodélicas: El diseño psicodélico se apodera del escenario estos días asociado con las técnicas futurísticas, así como también los diseños de los años 60 se han vuelto más relevantes en la actualidad. Los colores vivos con ilustraciones abstractas completan esta tendencia.



Imagen 1. The Trevor Project

Fuente: <https://userguiding.com/es/blog/tendencias-diseno-grafico/>

Visuales inclusivas: las nuevas generaciones son más inclusivas en este 2023. Con esta tendencia se evita tener un solo representante como se lo tenía comúnmente. Así que, como diseñador, también las Ilustraciones personalizadas impulsan esta tendencia.



Imagen 2. The trevor project

Fuente: <https://dribbble.com/shots/4828790-The-Trevor-Project/attachments/10619467?mode=media>

Las ilustraciones digitales: Las imágenes que presentan creatividad y toman las peticiones del usuario, las vuelve en realidad ya que permite al receptor sentirse parte del proceso de creación y los usuarios aprecian mucho.



Imagen 3. Nestea

Fuente: <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2014/10/ilustracion-publicitaria.html>

Colores apagados de la naturaleza: Los colores que se toman de la naturaleza se refiera a la combinación de colores naturales que generan un aroma más neutral. Para esta tendencia se toma los colores como la tierra, el mar y las hojas, en lugar de colores vivos.



Imagen 4. PureCare

Fuente: <https://dribbble.com/shots/18479587-Branding-for-PureCare>

Line Art Minimalista y su estilo caricaturesco: El line art consiste en dibujar las ilustraciones o pinturas con líneas de diferentes pesos y grosores. Muchos ilustradores

toman esta técnica para realizar ilustraciones de caricaturas creando nostalgia con las animaciones de la niñez. El estilo caricaturesco capta con facilidad la atención de las personas por su tono alegre.



Imagen 5. Geometric Wolves

Fuente: <https://www.thepowermba.com/es/blog/tendencias-de-diseno-grafico>

3.1.3. Segmentación del mercado potencial.

Tabla 4

Segmentación del mercado potencial.

Segmentación	Datos
GEOGRÁFICO	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Tungurahua
Ciudad	Cevallos

DEMOGRÁFICO	
Estado civil	Soltero
Edad	10 a 15
Genero	Masculino y Femenino
Estado Social	Bajo, Medio, Medio alto
Nivel académico	Básica
Ocupación	Estudiante
PSICOGRÁFICO	
Valores	Respetuoso, Interactivo, Responsable, Empático
Personalidad	Retraído social, alegre
Necesidad	Aumentar el conocimiento y cambiar la forma de pensar

Fuente elaborado por: Marco Vinicio Guzmán

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia.

En el proyecto de investigación “LA SALUD MENTAL Y SU RELACIÓN CON EL CONSUMO DE ALCOHOL Y TABACO EN LOS ADOLESCENTES DE LA PROVINCIA TUNGURAHUA” (Mayorga Morales, 2021) fue donde recopilaron la información acerca de la salud mental en la Provincia de Tungurahua, siendo la ciudad de Ambato la más afectada con un 92,6%; el Cantón Cevallos con el 1,0%, Píllaro con el 1,13% y los demás cantones completan el restante, esto alarma a las Unidades Educativas ya que el mayor número de afectados radican en los adolescentes de noveno y décimo año, las autoridades y departamento del DECE presentan inquietud frente a estas cifras que van en aumento, en la actualidad existe nula información sobre la cantidad de alumnos que poseen este problema en el plantel, sin embargo se mantiene constancia de que existen estudiantes que sufren algunos trastornos provocados por la mala salud

mental, por ello es de suma importancia que se realice la campaña para sensibilizar al alumnado y prever distintos trastornos que afecten el rendimiento y la vida de los estudiantes.

3.1.5. Índice de saturación del mercado potencial.

Pese a los problemas que suscita en el Cantón Cevallos, no se encuentra ningún registro acerca de campañas vinculadas con la salud mental en jóvenes o dirigida a ninguna edad, es necesario que se realice campañas que permitan un mayor conocimiento en las personas y así ayudar a la sociedad.

La Unidad Educativa consta con un profesional en el área de Psicología Educativa la cual permite que los estudiantes tengan el apoyo de un profesional capacitado para sus necesidades, sin embargo acuden solamente los estudiantes que presentan un problema de comportamiento o una baja considerable de sus calificaciones, los estudiantes carecen de información acerca de las enfermedades que produce una mala salud mental, así como no conocen sus síntomas por ello no acuden al profesional de la institución y lo pasa por alto

En la campaña informativa “Habla” propuesta para realizarse en el 2022 dirigida hacia los adolescentes de 14 a 18 años que se plantea para desarrollarse en la ciudad de Ambato, se centra en la importancia de mantener informados a los adolescentes sobre el bienestar emocional, ya que esto ayudaría a fortalecer su salud mental y les permitirá que se sintiesen bien consigo como con los demás.

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia. (benchmarking)

En la actualidad existen diferentes propuestas de campañas para tratar de resolver una problemática social en el Ecuador, algunas de las propuestas están dirigidas hacia estudiantes o adolescentes con el propósito de encaminarles de una forma correcta para que puedan ser un gran aporte a la sociedad. Por lo que se procede a analizar varias campañas las cuales permitirán definir cuáles serán las estrategias que mejor se adapte a este proyecto, así poder afrontar el problema social.

Una de las propuestas de campaña que se ha presentado es la campaña gráfica BTL para concientizar a jóvenes en la ciudad de Cuenca sobre los estereotipos raciales en la publicidad, en esta campaña se toma como objetivo principal concientizar para ello optó

como recursos principales la creación de videos publicitarios para difundir en las redes sociales, en los videos se publican con hashtag que hagan referencia al racismo

Otro de los métodos que se han implementado son los medios no convencionales que se han propuesto es el uso de camisetas estampadas, gorras, agendas entre otras cosas, lo que permitió llegar a no solo el público objetivo que deseaba sino a más personas por lo que permite que esta campaña sea de gran beneficio para la sociedad.

A la conclusión que se llegó es analizar todos los métodos que se han implementado ya que son los medios digitales quienes ayudan a llegar a una población joven, los medios digitales como las redes sociales (Facebook, Tik Tok e Instagram) son donde la mayoría de los adolescentes pasa su mayor parte de tiempo, también con la interacción del público mediante los videos publicados con los hashtags adecuados para llegar a ellos.



Imagen 6. *Marca de campaña antirracismo*

Fuente: *Marca de campaña antirracismo*



Imagen 7. Lo perfecto es ser real

Fuente: Lo perfecto es ser real

La campaña antitabaco dirigida hacia los adolescentes se propuso diferentes maneras de expresar las consecuencias que tiene al consumir tabaco, las estrategias que se han implementado son de difusión mediante redes social y medios convencionales donde se implementa a la ilustración, la fotografía, los fotomontajes y el collage; la publicidad ayuda a llegar a más personas o centrarse en el público objetivo al cual está dirigida.

La conclusión a la que se ha llegado de la propuesta de campaña antitabaco, es que se puede llegar por medio de los carteles informativos, esta es una de las maneras más efectivas en las cuales se puede demostrar los efectos por el hecho que los jóvenes en la actualidad tienen un escaso hábito de la lectura y se centran más en lo gráfico lo cual permite que se tomen el tiempo para leer la información que este lleva.

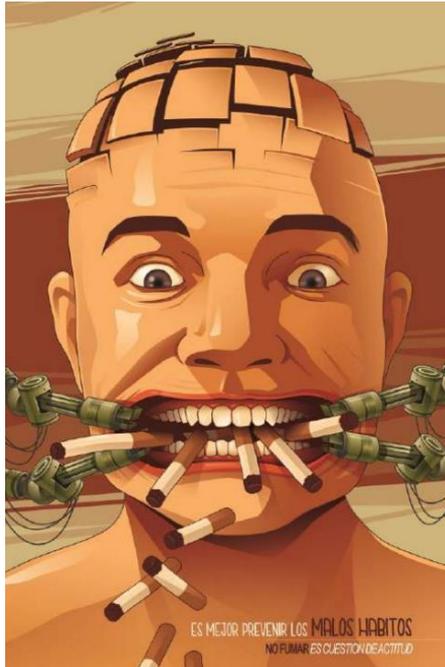


Imagen 8. Afiche de campaña antitabaco

Fuente: Campaña antitabaco



Imagen 9. La verdadera cara del tabaco

Fuente: Campaña antitabaco

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis FODA

3.2.1.1. Fortalezas.

- Educación en valores (asignatura en religión).
- Planificación y ejecución de eventos internos.
- Charlas por parte del psicólogo de la Institución.
- Trato cordial, familiar de los docentes a los estudiantes (confianza).
- Tener tutores que están al pendiente de sus alumnos.
- Acta de compromiso para representantes, estudiantes y docentes.
- Comunicación con los representantes mediante WhatsApp para solución de problemas.

3.2.1.2. Oportunidades

- Incremento de estudiantes exige más profesores que estén al pendiente.
- Nuevos docentes con ideas frescas e innovadoras.
- Convenios con Universidades (Indoamérica, Salesiana)
- Convenio con Instituciones Públicas como Bomberos y Centro de Salud del Cantón Cevallos.
- Bomberos de Cevallos ha realizado charlas acerca de la salud mental.

3.2.1.3. Debilidades

- Los estudiantes intentan acaparar toda la atención.
- Falta de adaptación después de la pandemia
- Pocas charlas sobre temas importantes para los estudiantes
- Poca confianza de los estudiantes hacia los profesores para hablar del problema.
- No Consta con apoyo económico por parte del Estado ya que es una institución privada.

3.2.1.4. Amenazas

- El poco acompañamiento de los representantes con los estudiantes al sufrir un problema dentro de la Institución.
- Mala información acerca de temas que los estudiantes necesitan conocer.
- Excesivo uso de redes sociales en los estudiantes.
- Aumento en la delincuencia en el Cantón Cevallos.
- Problemas intrafamiliares (divorcios, separaciones, padres conflictivos)

3.2.2. Cuadro resumen del análisis FOD

Tabla 5

Cuadro análisis FOD

	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Educación en valores (asignatura en religión). • Planificación y ejecución de eventos internos. • Charlas por parte del psicólogo de la institución. • Trato cordial, familiar de los docentes a los estudiantes (confianza). • Tener tutores que están al pendiente de sus alumnos. • Acta de compromiso para representantes, estudiantes y docentes. • Comunicación con los representantes mediante WhatsApp para solución de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes intentan acaparar toda la atención. • Falta de adaptación después de la pandemia • Pocas charlas sobre temas importantes para los estudiantes • Poca confianza de los estudiantes hacia los profesores para hablar del problema. • No Consta con apoyo económico ya que es una institución privada.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Crear nuevos eventos con ideas innovadoras. • Crear eventos donde aporten las instituciones asociadas al plantel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer que los docentes realicen un mayor seguimiento individual a los docentes. • Solicitar que las Instituciones asociadas impartan charlas sobre temas importantes para los adolescentes.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Impartir nuevos temas en las horas de clases que beneficien a los adolescentes. • Mayor precaución a la hora de salida de la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar que se hable de temas que solo sirvan para acaparar la atención, porque los temas pueden llegar a ser inventados. • Aumentar la confianza de los estudiantes hacia los docentes para evitar la delincuencia.

3.3. Rentabilidad.

El presente proyecto además de cumplir el objetivo planteado este servirá como estudio de caso en futuros proyectos, este proyecto está dirigido a una problemática social, siendo su objetivo ayudar a sensibilizar a los adolescentes acerca de la salud mental y los trastornos mentales en la Unidad Educativa Madre Gertrudis, donde las autoridades han mostrado un interés ya que han surgido muchos problemas después de la pandemia, las estrategias que se plantean ayudaran a sensibilizar a los adolescentes que padecen o que observan a sus compañeros padecer esta problemática, así los estudiantes pueden tener una mejor relación entre compañeros e incluso sus calificaciones y su diario vivir se mejorará.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Método

Para la elaboración de este proyecto se utilizará el método deductivo e inductivo, ya que el método deductivo se lo utilizará mediante los conocimientos existentes acerca del diseño gráfico y la basta información sobre la psicología y la salud mental. Así se recolecta la información necesaria que ayuda a en la elaboración de la Campaña, mientras que el método inductivo se lo implementa para desarrollar técnicas poco utilizadas que nos permita cumplir el objetivo de la campaña en el público objetivo deseado.

4.2. Enfoque del proyecto.

La investigación a realizar es un enfoque mixto donde se utilizan los métodos de recolección de información, es de carácter cualitativa ya que se recolectó información a través de entrevistas las cuales fueron realizadas al personal de la institución (profesores psicólogo, DESE), con el fin de conocer cuál es el comportamiento que presentan los adolescentes en la Unidad Educativa Madre Gertrudis, analizando principalmente las características de su estado tanto emocional como psicológico, así también se realizó entrevistas a diseñadores gráficos con experiencia trabajando para un público joven. Por otro lado, es de carácter cuantitativa ya que se realizó encuestas los jóvenes para determinar qué tan informados se encuentran sobre la salud mental, arrojando información estadística que abala la importancia de la campaña social.

4.3. Modalidad de investigación

4.3.1. Investigación Bibliográfica – Documental

Para el proyecto fue necesario recopilar información sobre la salud mental, los trastornos mentales y sobre las campañas sociales, durante esta investigación se obtuvieron los datos de proyectos que se encuentran en los repositorios de las universidades, así también se buscó información en artículos de investigación, libros, sitios web nacionales e internacionales como UNICEF, Organización Mundial de la Salud (OMS), el Ministerio de Educación y Ley de la comunicación. Esta recopilación de información es de suma importancia ya que con ella se puede realizar una buena planificación en la campaña, tomando en consideración todas las recomendaciones que brindan los proyectos anteriormente revisados.

4.3.2. Investigación de campo

La necesidad de conocer el problema dentro de la institución acerca de la mala salud mental y los efectos que están padeciendo los estudiantes a consecuencia de esta, la que se logra mediante una entrevista al psicólogo del DECE de la institución, se ha logrado comprender de una manera más clara cuales son los problemas que más sufren los estudiantes, mediante un banco de preguntas se obtuvo esta información así como también se realiza entrevistas a docentes quienes pasan con los adolescentes la mayoría tiempo y se ejecutara encuestas a los estudiantes de la institución para conocer cuan necesario es la campaña.

4.4. Nivel de la investigación

4.4.1. Exploratoria

Resumen de las actividades realizadas para conocer el problema.

Para comenzar el presente proyecto fue necesario investigar y analizar distintas fuentes de información sobre la salud mental en los adolescentes, cómo afecta la buena y mala salud mental y cuál es la mejor manera para poder evitar que los jóvenes sufran dicho problema. Se analizó referentes acerca de otras problemáticas que surgen en los jóvenes y las propuestas que ofrecieron para solucionar dichas problemáticas para obtener los

aspectos más relevantes en distintas áreas con sus respectivas bases teóricas que ayudan en el desarrollo del proyecto.

4.4.2. Descriptiva

Recoge información específica para el proyecto. Técnicas, instrumentos, fuentes y objetivos

Se pudo aplicar las entrevistas a los docentes y al personal del DECE de la Unidad Educativa Madre Gertrudis, para conocer lo necesario que es tener informado a los jóvenes sobre la salud mental y a su vez, cuando guiarles para que puedan afrontar este problema; también a los adolescentes se les aplicó una encuesta para tener conocimiento de cuan informados están sobre los problemas que acarrea tener una mala salud mental, esto ayuda para sustentar la base del proyecto.

4.4.3. Explicativa

Indicar que se va a hacer con la información recogida en la fase descriptiva

Con los resultados obtenidos en la investigación descriptiva, se pudo concretar las bases para establecer parámetros, estrategias que ayuden a llegar de la mejor manera al público objetivo y así poder cumplir con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia de la salud mental, también se ha tomado en cuenta los aspectos del diseño gráfico donde se destaca la ilustración, la fotografía entre otros aspectos importantes que permiten captar la atención del público al cual se está dirigiendo.

4.5. Población y muestra

La muestra que se estudió fue el número de estudiantes de la Unidad Educativa Madre Gertrudis que cruzan los años lectivos de séptimo, octavo, noveno y décimo siendo un total de 108 estudiantes, las edades correspondientes a estos grados son de 11 a 15 años, cabe recalcar que la muestra es el número de estudiantes quienes cruzan estos años lectivos y poseen este rango de edad, la información fue otorgada por parte de la institución.

4.6. Análisis e interpretación de resultados

4.6.1. Entrevistas a los docentes

Docentes de la Unidad Educativa Madre Gertrudis

Objetivo: Identificar el nivel de conocimiento que tienen los profesores de la institución sobre la salud mental, reconocer cuáles son los trastornos mentales que los docentes han notado en el aula de clases y como ayudan a resolver estos problemas, tener una opinión de que tan importante es que los estudiantes sepan sobre la salud mental y los trastornos que no son tratados a tiempo, así como conocer acerca de que llama la atención a los jóvenes al momento de impartir una información.

Gabriel Lezcano docente de la institución, quien imparte la materia de matemáticas a séptimo, octavo, noveno y décimo año.

¿Qué tan informado se encuentra acerca de la salud mental?

Si tengo conocimiento acerca de la salud mental, es el comportamiento de cada estudiante tanto dentro como fuera del aula de clases, esto influye en la comprensión de la materia y eso se refleja en las notas.

¿Cuáles han sido los problemas que más suscitan dentro del aula de clases?

El incumplimiento de las tareas y las excusas para justificar el incumplimiento de las mismas, los estudiantes tienen una tendencia a olvidar las cosas que ocasiona que no alcancen su máximo potencial.

¿Qué trastorno mental ha visto o piensa que pueden padecer los estudiantes?

La problemática que más se ha da es la depresión y la hiperactividad, estos problemas vienen desde las casas, muchos de los hogares de la actualidad sufren de difusión ya que atraviesan por separaciones, divorcio u otros problemas.

¿Qué acciones ha tomado cuando ha encontrado problemas con sus estudiantes?

Las acciones que eh tomado ha sido principalmente entablillar a una conversación con el estudiante que sufre de este problema, tratar de ayudar para resolver el problema y que

entienda que puede hablar con toda confianza y seguridad, si el problema persiste comunicar el problema al DECE para que tomes acciones al respecto.

¿Cree usted que es necesario que los adolescentes tengan conocimiento sobre la salud mental?

Sería de mucha importancia para fomentar el apoyo a los estudiantes en temas que son difíciles de abarcar por parte de los docentes.

¿Cree que es recomendable informar de cuáles son los trastornos mentales que más afectan a los adolescentes como la Depresión, ansiedad, bulimia entre otros?

Si me parece muy importante que los estudiantes sepan acerca de estos temas y que sepan a quienes pueden o deben acudir sin temor a ninguna consecuencia, esto ayudaría a que los estudiantes se sientan más cuidados que sepan que tienen un refugio en la institución.

¿Cuál cree que sería la mejor manera para llegar a los jóvenes y poder sensibilizar y concientizar sobre acerca de la salud mental?

Creo que es recomendable realizar charlas con material didáctico si como también se pude implementar afiches en el mural de la institución que contengan en su mayoría imágenes ilustraciones antes que texto ya que los chicos no se detienen a leer, fuera de la institución sería utilizar las plataformas digitales que más ocupan los estudiantes sería una de las mayores ventajas para que ellos puedan comprender estos temas.

¿Cuánto apoyo obtiene por parte de la institución y de los padres de familia cuando un estudiante tiene algún inconveniente?

El apoyo de la institución es completa, en ningún momento se ha visto un desentendimiento por parte de la institución para garantizar el bienestar de los estudiantes, con respecto a los padres de familia existe un apoyo menor al que se debería tener, ya que se solicita a los padres de familia o tutores que se acerquen a la institución en horarios poco convenientes para ellos, estos se encuentran en horas laborables y no pueden asistir en muchos de los casos envían a familiares pero esto no ayuda resolver el problema.

Jessica Quisnia docente de la institución, quien imparte la materia de inglés a séptimo, octavo, noveno y décimo año.

¿Qué tan informado se encuentra acerca de la salud mental?

Según las capacitaciones que he recibido y sobre la información que leí sobre la salud mental, se trata del estado de ánimo de cómo se comporta y se sienten los estudiantes como se siente su ambiente y como afecta en las diferentes materias que se le imparte.

¿Cuáles han sido los problemas que más suscitan dentro del aula de clases?

Los que se ha notado dentro de la institución es la indisciplina generada por problemas en los hogares que provocan una mala salud mental causando esta indisciplina, así como también se ve afectada la relación con sus compañeros de clase, e incluso y lo llega a afectar su rendimiento académico.

¿Qué trastorno mental ha visto o piensa que pueden padecer los estudiantes?

Dentro del aula de clases se nota la exclusión social de los adolescentes, estos jóvenes forman grupos y asilan a otros niños, muchos de estos niños tienden a bajar las calificaciones o a su vez tienen una reacción agresiva hacia sus compañeros.

¿Qué acciones ha tomado cuando ha encontrado problemas con sus estudiantes?

Las acciones que se ha tomado es relacionarse con los padres donde damos a conocer acerca de los cambios que está teniendo el estudiante, así como también se para un informe al departamento de DECE, otras de las acciones que tomo es realizar las clases más variadas para poder simpatizar con los estudiantes y que no sea un problema más para el estudiante.

¿Cree usted que es necesario que los adolescentes tengan conocimiento sobre la salud mental?

Es de suma importancia que los estudiantes sepan que es la salud mental y como tener buena salud mental, así como cuales son las consecuencias de si no se cuida su mente.

¿Cree que es recomendable informar de cuáles son los trastornos mentales que más afectan a los adolescentes como la Depresión, ansiedad, bulimia entre otros?

Si es importante ya que muchos de ellos evitan hablar de temas que les resulta incómodo ya que no tienen la información necesaria y no saben a quién acudir y tampoco saben cómo reaccionar a lo que les están pasando.

¿Cuál cree que sería la mejor manera para llegar a los jóvenes y poder sensibilizar y concientizar sobre acerca de la salud mental?

Dentro de la institución sería realizar algo llamativo que sea más visual ya que en la actualidad los niños y los adolescentes no tienen el hábito de la lectura por lo que sería de preferencias más visual y práctico como charlas o como afiches dentro de lo que es el mural de la institución.

¿Cuánto apoyo obtiene por parte de la institución y de los padres de familia cuando un estudiante tiene algún inconveniente?

Por parte de la institución el apoyo ha sido un cien por ciento, mientras que por parte de los padres de familia si existe un poco de despreocupación, pero esto se puede atribuir a los horarios de trabajo lo cual no permite estar más apegados a los hijos y tampoco constan con el tiempo suficiente para acercarse a la institución para poder llegar a una solución.

¿Cuál es el medio más efectivo para transmitir expresiones gráficas que informen para los estudiantes acerca de la salud mental?

Los medios por los cuales llegaría más a los estudiantes dentro de la institución son afiches, diapositivas y carteles. También un medio por el que es de suma importancia por el cual llegar a los estudiantes sería post en los grupos de WhatsApp y video en Tik Tok.

Elizabet Paredes docente de la institución, quien imparte las principales materias como matemáticas, lengua y literatura, ciencias sociales y ciencias naturales en séptimo grado e imparte la materia de ciencias sociales a noveno grado.

¿Qué tan informado se encuentra acerca de la salud mental?

Yo considero que me encuentro informada, ya que busco que los chicos se encuentren bien con la salud mental para que puedan tener un buen desarrollo dentro del aula de clases.

¿Cuáles han sido los problemas que más suscitan dentro del aula de clases?

Los problemas que más he notado entrando al aula de clases en séptimo y noveno grado es o son los problemas familiares, se nota el escaso afecto familiar es decir no

constan con un te quiero, espero que te vaya bien, como estas, esto es el poco efecto emocional que imparten los padres hacia los hijos lo cual ellos vienen a demostrar en la institución.

¿Qué trastorno mental ha visto o piensa que pueden padecer los estudiantes?

Realmente he visto a muchos adolescentes que pasan en su mayoría del tiempo tristes o con distanciados de sus compañeros lo cual me hace creer que pueden tener depresión.

¿Qué acciones ha tomado cuando ha encontrado problemas con sus estudiantes?

Yo paso un reporte al departamento de DECE para ver si los comportamientos que tienen son constantes y poder llegar una solución que beneficie al estudiante.

¿Cree que es recomendable informar de cuáles son los trastornos mentales que más afectan a los adolescentes como la Depresión, ansiedad, bulimia entre otros?

Si es de suma importancia tener o impartir conocimiento acerca de estos problemas ya que ellos tienen que estar avisados sobre la causa y las consecuencias que conlleva estas enfermedades.

¿Cuál cree que sería la mejor manera para llegar a los jóvenes y poder sensibilizar y concientizar sobre acerca de la salud mental?

Dentro de la institución sería realizar afiches grandes, no realizar esquelas ya que ellos cogen y botan, mientras que en los afiches grandes causan el impacto deseado ya que la imagen y así llegar a causar conciencia

¿Qué piensa usted que llamaría más la atención de los adolescentes en un afiche?

Creo que lo más pragmático en un afiche es la imagen dentro de un afiche, también eh visto que la ilustración también llama la atención, al trabajar con estas dos características se llegan a diferentes estudiantes ya que las fotografías llegarían a los chicos de décimo año mientras que las ilustraciones llegarían a los niños que están entrando a la adolescencia.

¿Cuánto apoyo obtiene por parte de la institución y de los padres de familia cuando un estudiante tiene algún inconveniente?

Por parte de la institución se ha visto un apoyo total para resolver cualquier inconveniente, toman medidas al instante cuando se les comunica con rapidez, con los padres es un poco complicado ya que no asisten a los horarios que se les requiere ya sea por diferentes motivos como el trabajo o en el hogar están pasando por alguna separación o puede que se da un desinterés de los padres.

Conclusiones

Con las entrevistas realizadas a los docentes de la institución se llegó a la conclusión que los docentes tienen un conocimiento vago de cómo tratar y que es la salud mental, con el poco conocimiento que los docentes tienen han logrado detectar casos de depresión, al notar estos casos lo primero que hacen los docentes es pasar un informe para que el departamento del DECE actúe, además mencionaron que la manera más efectiva de llamar la atención al hablar de un tema son los videos, las diapositivas, afiches ubicados en el mural de la institución y carteles informativos donde las imágenes fuera lo principal y la información sea corta y precisa.

4.6.2. Encuesta al profesional del DECE

Departamento de Consejería Estudiantil (DECE) de la institución donde trabaja el psicólogo.

Objetivo: Conocer cuáles son los problemas que trata el departamento de consejería estudiantil que tienen relación con la salud mental, así como, identificar al estudiante que está atravesando por algún trastorno mental (depresión, ansiedad, bulimia, anorexia), obtener conocimiento sobre cuáles son las causa, consecuencias y las características que se presentan en los adolescentes de la institución y que tan importante es que se informen sobre cómo cuidar su salud mental y en el caso de tener un trastorno a quien poder acudir o como poder ayudar a quien lo padezca.

Gabriel Lezcano psicólogo de la institución, quien forma parte del departamento de consejería estudiantil y trata todos los casos referentes a salud mental y otros aspectos.

Todos necesitamos salud mental de hecho niños jóvenes y adultos necesitamos porque todos tenemos diferentes tipos de servicios laborables ya sea como estudiantes como empleados como parte de una familia, al momento de prestar un servicio se desgasta su vida, su parte física y su parte intelectual.

Todos tenemos estrés, es bueno tener estrés, aunque las personas piensen que es malo, aunque lo malo es tener diestres, el eustrés es la parte donde le da euforia para seguir avanzando es como su conciencia interna, la salud mental ha tenido un gran avance hoy en día ya que hay muchas personas que no pueden descargar su ira su frustración y muchas otras cosas más que se han producido en el pasado como es los divorcios por ello todos los miembros de la familia deben cuidar su salud mental.

Los chicos en edad considerables como son los adolescentes, ellos tienden a tener un comportamiento variable y todos emos pasado esa etapa, pero al no tener una base una base un ejemplo a seguir entonces tenemos diferentes estereotipos y seguimos esos modelos porque queremos ser parte de esa sociedad y así no sentirse excluido, entonces eso genera diferentes tipos de comportamiento.

Las personas tienden a acarrear sus emociones hasta llegar a un punto donde que explota, esto puede llegar a casos meramente fuertes de auto destrucción por lo que pueden llegar a una depresión arraigada de nivel tres que es la auto agresión ya que no desfogon todo lo que llevan dentro.

¿Cuáles son los casos más recurrentes que se presentan en su departamento?

- El comportamiento no adecuado a la conducta normal,
- La incomprensión familia al no ser aceptado
- La exclusión social

Los chicos son excluidos o ellos se excluyen de los miembros del aula, y al no tener ese aprecio en casa y al sentir ese rechazo ellos se comienzan a aislar ahí es donde comienzan a tener una depresión arraigada y esto conlleva a un descuido en sus notas y muchas otras consecuencias

¿Como identifica cuales son los adolescentes que necesitan ayuda?

Una de las características que se ha detectado aquí es la falta de valores, ya que esta es una institución religiosa se les imparte los valores, pero en casas no se refleja esos valores o al menos no se fortalecen los valores enseñados.

¿Qué acciones toma con referente a esta problemática?

Se da un seguimiento constante un acompañamiento permanente para que la persona y parte de la familia sean conscientes que estamos tratando con niños, Ambato está considerado dentro del sector país que es una de las principales provincias con la tasa de suicidios más alta.

¿Cree usted que es necesario que los adolescentes tengan conocimiento sobre la salud mental?

Es muy importante de hecho, yo deseaba realizar un proyecto sobre la salud mental, pero si necesito el acompañamiento y los recursos necesario, para ellos se necesita material didáctico, con esto los jóvenes puedan identificar efectivamente la información

¿Cree que es recomendable informar de cuáles son los trastornos mentales que más afectan a los adolescentes como la Depresión, ansiedad, bulimia entre otros?

Si es importante saber y de pronto enseñar a los docentes de hoy en día se vuelvan más empáticos, con ello mostrar simpatía con los estudiantes los estudiantes que tengan un bajón de notas, ya que esto puede producirse por diferentes factores y al no conocer la esencia sobre lo que sucede, entonces mediante la salud mental yo género que sean empáticos y descubra el núcleo del problema, por ello es importante sentirnos parte del problema para darle una solución, ya que muchos si somos parte del problema pero nos hacemos un lado y así dejamos que el problema siga.

¿Cuáles son las técnicas o estrategias que usted utiliza para llegar a los adolescentes y poder solucionar los problemas que estos tienen?

La comunicación, la confianza y la empatía yo pienso que son los tres pilares fundamentales para poder trabajar este problema, ya que cada niño y adolescente en un mundo diferente donde aspectos, pero llegan a un mismo problema o problemas similares.

¿Cuál cree que sería la mejor manera para llegar a los jóvenes y poder sensibilizar y concientizar sobre acerca de la salud mental?

Yo creo que para que sea un impacto en los chicos debería ser un poco audio visual ya que en la actualidad lo que se maneja más las redes sociales en lo que es referente a fuera de la institución, ya si nos referimos dentro de la institución más material de apoyo para charlas a mi parecer serian afiches que se puede colocar en el mural de la institución,

material para charlas y en estos medios es más recomendable utilizar o que son imágenes, la información debe ser corta y precisa ya que su atención se va a centrar en las imágenes y luego por un corto periodo de tiempo el texto informativo.

¿Cree que los maestros deberían conocer y reconocer los síntomas acerca de los trastornos mentales (depresión ansiedad y otros trastornos) que afectan a los adolescentes para brindar un mayor apoyo a quien lo necesita?

Es muy importante porque si ellos son educados van a poder trabajar de cierta manera para acompañar al adolescente junto a mi persona para ayudarme a ver las alternativas ya que los chicos son reconocidos por sus tutores.

¿Cuánto apoyo obtiene por parte de la institución y de los padres de familia cuando un estudiante tiene algún inconveniente?

Por el periodo corto que me encuentro en la institución le podría decir que el apoyo por parte de la institución es un cien por ciento mientras que los padres si se ha visto un poco de desinterés siendo una referencia de un setenta por ciento sobre el cien por ciento.

Conclusiones:

Mediante la entrevista realizada al psicólogo de la institución se obtuvo la siguiente conclusión. Los adolescentes de la institución sufren las consecuencias de una mala salud mental, siendo la depresión el principal trastorno que se presenta, la manera más rápida de identificar que un adolescente padece este trastorno es con la pérdida de los valores, es así que se llegó a la conclusión que los adolescentes necesitan informarse sobre la salud mental y los trastornos mentales.

4.6.3. Entrevistas a diseñadores

Entrevista a diseñadores que trabajan o han trabajado en campañas sociales.

Objetivo

Conocer acerca de que es lo fundamental para realizar una campaña social, cuáles son las características en las que se debe enfocar para tener buenos resultados, así como que estrategia es la que mejor conviene implementar en el proyecto, conocer que en lo que se debería implementar como base fundamental en la campaña, identificar los parámetros

que se utiliza para captar la atención y causar un impacto, como utilizar las imágenes adecuadamente, saber que medios se pueden utilizar en la institución y cuan necesario es el presupuesto para la campaña.

Gabriel Santana director general **SANTANA ESTUDIO** es ingeniero en diseñador gráfico de profesión, fotógrafo profesional por los artesanos del Ecuador, tiene una maestría en marketing y gestión comercial y comunicación institucional.

¿Qué se debe considerar para elaborar una campaña (social)?

Lo primero que se debe tener en consideración es el target, a donde queremos llegar, a que publico se va a llegar, una vez determinado el Publico donde te vas a orientar procedes a determinar las herramientas que vas a utiliza para crear un concepto.

¿Cuáles son las características que se debe considerar para elaborar una campaña social?

Las características que se debe considerar es la tonalidad dependiendo lo que se quiere hacer como sensibilizar, cambiar, concientizar, premiar, según eso se debe considerar que no todos los públicos reaccionan igual que otros, en este caso hablando de los jóvenes se debe enfocar a que reacciones cuáles son sus puntos de interés, siempre se tiene en cuenta cual es la tonalidad esta puede ser alegre, si le queremos hacer llorar todo de pende lo que quieres conseguir.

¿Qué tipos de estrategias se pueden elaborar en una campaña social?

Las estrategias dependen del público y el presupuesto y sobre todo de lo que se necesita como es el caso de la estrategia BTL que vas hacer vallas, persona disfrazada, invadir vía pública, vas a votar algo desde los edificios,

Al realizar unas campañas sobre la salud mental ¿Qué debería ser presentado como punto principal?

Afrontar el problema directamente dándole un propósito a la campaña para que se pueda lograr el objetivo si hacer tanto rodeo.

¿Cómo se debería estructurar una campaña que pretende sensibilizar a los adolescentes?

Depende de la duración de la campaña si tienen un inicio y un fin, depende del número de los mensajes que se tiene, que es lo que quieres presentar qué es lo que quieres exponer

Dentro de la campaña ¿cuál sería los recursos más viables para captar la atención a un público adolescente?

Se debe explorar el segmentó, que es lo que más consume que realizan en sus tiempos libres, si se trata de una imagen que tiene de diferente que obliga a ver, a mantener la atención, se puede usa una imagen que al escanear te lleve a las redes donde se presenta más cosas similares como las que ya ellos observaron entonces una vez que atraes a las redes se puede difundir y hacer que tu campaña tenga un mayor alcance.

En una red social ¿cuáles son los parámetros que más se utiliza para captar la atención y cause impacto en el público?

El video es lo que más llama la atención a los jóvenes el algoritmo está programado para que los videos sean el centro de atención.

¿Al tratarse de una campaña visual como se debería manejar las imágenes o que debería presentar más?

El concepto rige todo es lo fundamental para expresar una idea, entonces si ya tienes un concepto solo debes analizar qué tanto de lo que tienes va a llegar si tienes mucha información poca información si en tu caso es mucha información divídela para que no sea cansado y pueda llegar y lo una imagen ilustración llames su atención e implantar la información que se quiere que el público capte.

¿En base a su experiencia cuales serían los medios que ayuden de mejor manera a una campaña social dentro de una institución educativa?

Esto es fundamental ya que debes abarcar todos los medios posibles en este caso mientras más medios tengas más podrás abarcar más público, si es una institución educativa por dentro vas a tener carteleras espacio donde puedes colocar afiches, roll ups que pueden estar situados cerca de la puerta de un salón de maestros, donde la directora, enfermería y también otro medio los padres que también deben estar informados, se pueden hacer convenios.

¿Cómo crees que influye el presupuesto en la efectividad y alcance de la campaña?

Esto depende en su mayoría el éxito de la campaña, también se debe conocer el presupuesto que se tiene para la campaña ya que con esto se puede ver los recursos más viables para esta campaña ya que no es lo mismo decir que tiene 20 dólares y querer hacer una campaña con 10 videos entonces se debe ajustar el presupuesto.

Mauricio Carvahal Se dedica a la publicidad, marketing desde hace 10 años, cuenta con una agencia de publicidad de nombre **POSTAL** y cuenta con una productora audiovisual llamada **APOLO FILMS**, se dedica a la dirección creativa, asesoría con los clientes sobre las estrategias, producción audio visual entre otras cosas.

¿Qué se debe considerar para elaborar una campaña (social)?

Lo que se debe considerar es el público objetivo, a que rango de edad, a que personas se quiere llegar, otro de los aspectos importantes es en tener en cuenta que las propuestas que se va a realizar no deben ser muy subjetivas, tener en cuenta también la problemática social ya que va a existir muchas personas que van a estar y no van a estar de acuerdo, así como se debe tener muy en cuenta las reacciones que esto va a provocar.

¿Cuáles son las características que se debe considerar para elaborar una campaña social?

Dependiendo el entorno se da las características, en este como sea habla de una campaña social se debe saber cuáles son los medios disponibles por los cuales se va a comunicar, entonces dentro de una planificación o una parrilla de contenidos se debe definir en donde se va realizar como en el caso de las redes sociales, en que red social va a estar, que tipo de contenido va hacer, por cuánto tiempo lo vas a presentar.

¿Qué tipos de estrategias se pueden elaborar en una campaña social?

También se debe tener en cuenta los canales por los cuales se van a transmitir, como puede ser un ejemplo, dentro de la institución existe alguna sala común, un auditorio por el cual puedes hacer un video en el cual contenga información relevante y así también le puedes dirigir a otro sitio como puede ser la red social. Escoger el medio más adecuado para llegar a los jóvenes.

Al realizar unas campañas sobre la salud mental ¿Qué debería ser presentado como punto principal?

Lo que fundamental que se debe abordar en una campaña es abordar directamente el problema, sin importar la edad que sea el público objetivo es fundamental atacar el problema, para no darse mucho la vuelta y que se entienda directamente el problema.

¿Cómo se debería estructurar una campaña que pretende sensibilizar a los adolescentes?

Buscar a los micro influencers que existe dentro de la localidad, aunque sea que tengan una cantidad mínima de seguidores, pero pueden llegar al público objetivo deseado, ya que puede presentar y llamar la atención y puede impulsar el interés, así como puede mostrar un caso que puede estar pasando salvaguardando.

Dentro de la campaña ¿cuál sería los recursos más viables para captar la atención a un público adolescente?

Las redes sociales son uno de las principales formas de captar la atención en los jóvenes principal las redes de Tik Tok, Instagram y actual mente BeReal.

En una red social ¿cuáles son los parámetros que más se utiliza para captar la atención y cause impacto en el público?

Depende cada red es diferente según la experiencia que yo tengo no siempre sirve lo mismo para cada red, depende del tono, la colonización, los videos si son guionizados o si no son guionizados, entonces el lenguaje tiene que ver en las redes sociales, así como Tik Tok los videos son más caseros, escoger audios en tendencia o la musicalización se toma músicas en tendencia, en cambio en Instagram en un tono más informativo, más trabajados.

¿Al tratarse de una campaña visual como se debería manejar las imágenes o que debería presentar más?

Dependería la utilización de la teoría del color usando tonos pástete colores más pragmáticos, se debe variar los colores dependiendo la aceptación que tiene, hablando de un público de los jóvenes se debe tener referencias con festivales juveniles.

¿En base a su experiencia cuales serían los medios que ayuden de mejor manera a una campaña social dentro de una institución educativa?

Se debería utilizar los medios que la institución tenga a la mano, puede ser las redes sociales, grupos en WhatsApp si existe acceso a la institución utilizar todo lo que se pueda brindar espacio, así como una recomendación sería realizar tradiciones en vivo las cuales no se las debe realizar una sola vez se debería realizar por lo menos una vez a la semana y estas transmisiones se las realizaría en las redes sociales que maneja la institución.

¿Cómo crees que influye el presupuesto en la efectividad y alcance de la campaña?

El presupuesto es todo en una campaña, mientras más presupuesto se tiene lo puedes hacer más grande y al hacerlo más grande llega muchas más personas.

¿Como se puede manejar una campaña dentro de la institución?

Utilizar los medios que tenga la institución usar cada espacio libre formar alianza con el psicólogo y maestros donde ellos también intercedan para ver si está llegando la información que se está comunicando. Así como no solo mostrar el problema sino mostrar las soluciones formado alianzas con organizaciones donde los jóvenes puedan distraer su mente.

Conclusiones

Mediante las entrevistas realizadas a profesionales del diseño que han trabajado en campañas sociales se llegó a las siguientes conclusiones:

- Lo fundamental es determinar un público objetivo al cual se va a dirigir la campaña.
- La tonalidad en la cual se va a transmitir el mensaje ya que depende del público al cual se va a dirigir.
- Las estrategias BTL es de gran ayuda al público joven ya que se implemente diferentes opciones que puede impactar al público objetivo.
- Lo principal en una campaña es atacar el problema directamente.
- Para captar la atención se debe conocer bien al público a que se intenta llegar.

- Se determina que dependiendo el impacto que se quiere generar será el presupuesto que se implemente en la campaña y a subes se debe adaptar la campaña al presupuesto del cliente.

4.6.4. Resultados de las encuestas

La encuesta realizada en la Unidad Educativa Madre Gertrudis tubo un total de 93 repuestas que refiere al 86% de los estudiantes que cursan los grados de séptimo, octavo, noveno y décimo quienes son nuestro público objetivo.

¿Qué edad tienes?

Tabla 6

Edades de los estudiantes

Edad	Frecuencia Porcentaje	Frecuencia Porcentaje
11	28	31.1%
12	33	36.7%
13	13	14.4%
14	11	12.2%
15	5	31.1%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 1

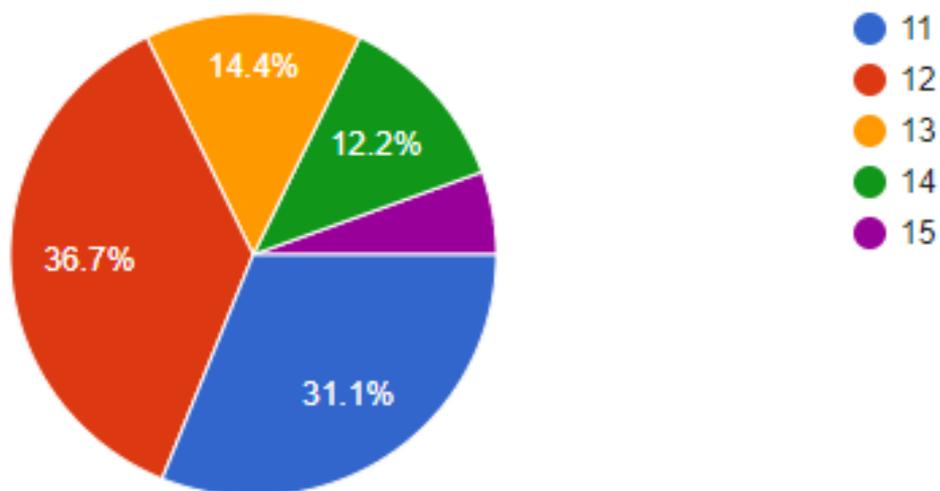


Gráfico 5. Pregusta 1

Análisis e Interpretación

Los resultados de las encuestas nos indica que la mayoría de los estudiantes encuestados han empezado en su etapa de adolescencia, mostrando que el mayor impacto que se puede llegar con este proyecto sería a los adolescentes que tienen 11 y 12 años los cuales para el siguiente año lectivo tendrían 12 y 13 años respectivamente.

¿Cuál es su género?

Tabla 7

Genero

Genero	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Masculino	39	42.2%
Femenino	54	57.8%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 2

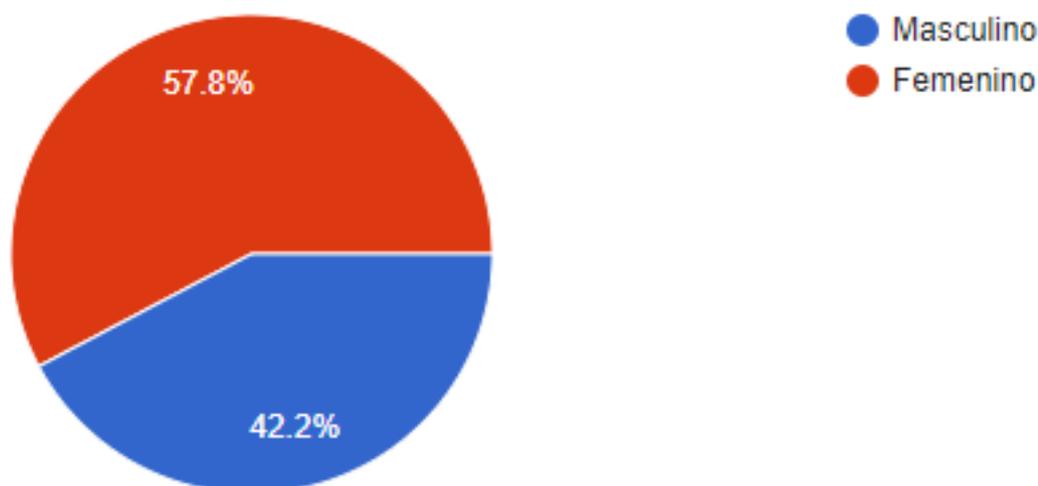


Gráfico 6. Pregusta 2

Análisis e Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran que, la mayoría de encuestados pertenecen al género femenino, esto infiere que los estudiantes se encuentran en la adolescencia son mujeres, la información obtenida ayuda al proyecto ya que la problemática que se va a tratar afecta tanto a hombres como mujeres, pero tiende a darse más en las personas del género femenino.

¿Quién es tú tutor legal?

Tabla 8

Conocimiento sobre tutor legal

Tutor legal	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Padre	13	14.4%
Madre	74	81.1%
Abuelos	3	2.2%
Tíos	3	2.2%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 3

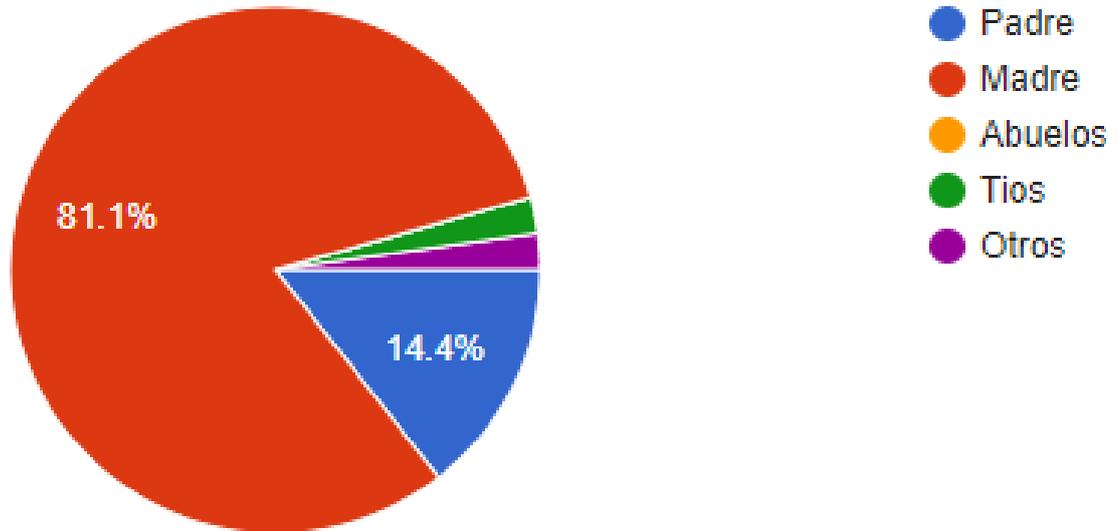


Gráfico 7. Pregusta 3

Análisis e Interpretación

Los resultados demuestran que los jóvenes en su mayoría las madres son los representantes legales dentro de la institución, por lo tanto, la institución se comunica directamente con la madre en el caso de tener algún inconveniente o si necesitara alguna información acerca problemas que atraviese el estudiante en casa.

¿Has escuchado el término “Salud Mental”?

Tabla 9

Conocimiento sobre la salud mental

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
	Porcentaje	
Si	80	87.5%
No	13	12.5
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 4

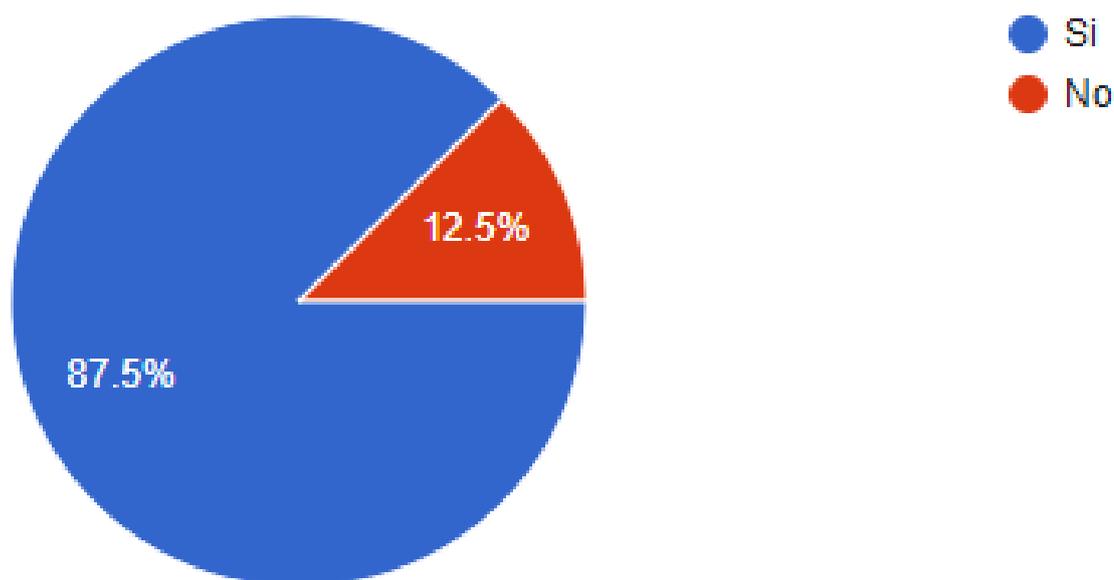


Gráfico 8. Pregusta 4

Análisis e Interpretación

Con estos resultados se demuestra que, al menos más de la mitad a escuchado el término salud mental, con esta cifra se puede crear muchas hipótesis con referencia al proyecto, como que al menos un adolescente o familiar padeció algún problema de salud mental.

¿Conoces cuáles son los trastornos que se dan en la adolescencia?

Tabla 10

Conocimiento sobre trastornos mentales

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
	Porcentaje	
Si	61	65.9%
No	32	34.1%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 5

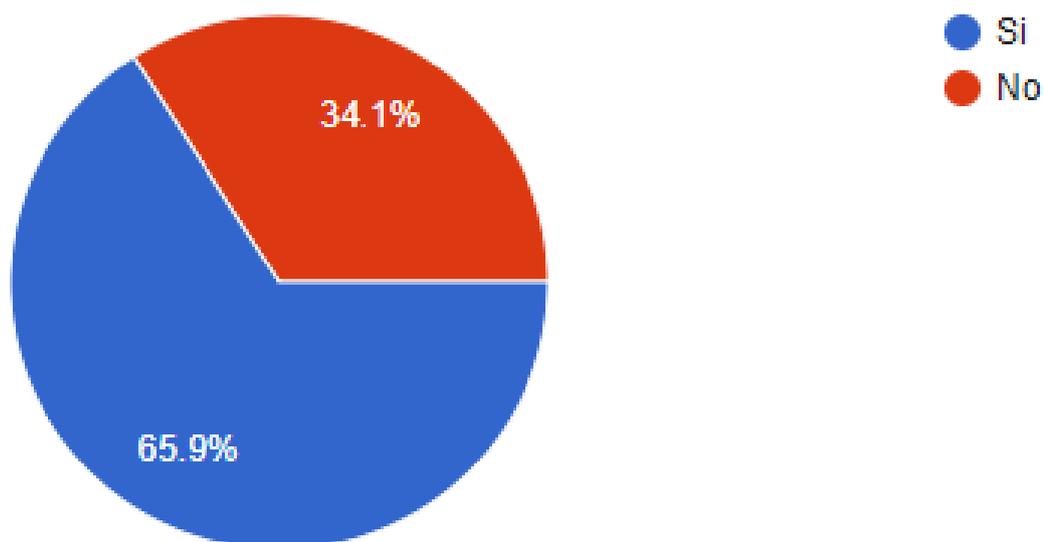


Gráfico 9. Pregusta 5

Análisis e Interpretación

Con los resultados obtenidos se identifica que la mayoría de los estudiantes tienen conocimiento sobre cuáles son los trastornos mentales, así como se demuestra cual es el porcentaje de adolescentes que necesitan mayor información sobre esta problemática.

¿Qué tanto conocimiento tienes acerca de la DEPRESIÓN?

Tabla 11

Conocimiento sobre la depresión

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Nada	4	3.4%
Poca	70	76.4%
Mucha	19	20.2%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 6

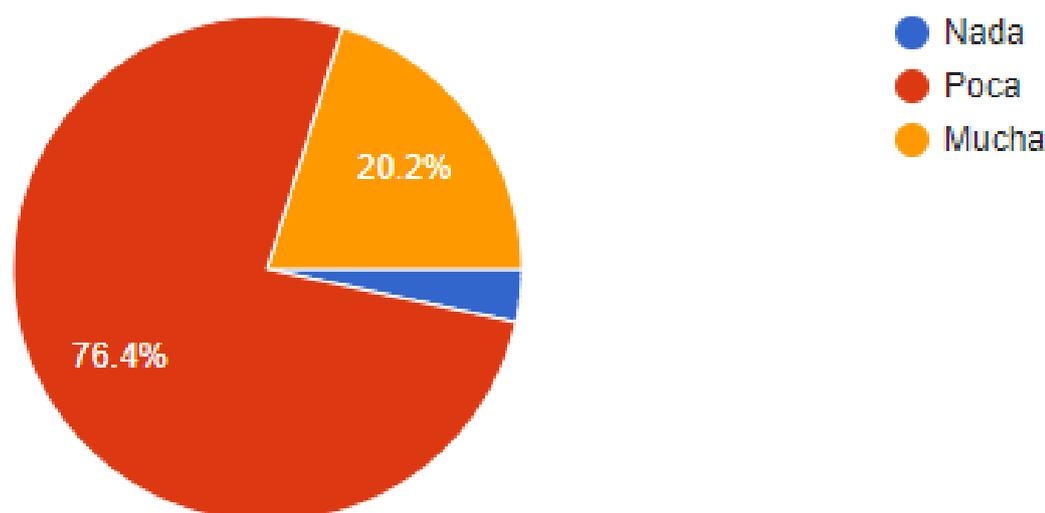


Gráfico 10. Pregusta 6

Análisis e Interpretación

Los estudiantes de la institución que tienen un pleno conocimiento acerca de la depresión es muy bajo, así como los estudiantes que no saben nada acerca de este trastorno, la gran mayoría tiene un conocimiento leve de lo que es la depresión.

¿Qué tanto conocimiento tienes acerca de la ANSIEDAD?

Tabla 12

Conocimiento sobre la ansiedad

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Nunca	24	8.9%
Poca	60	64.4%
Mucha	9	8.9%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 7

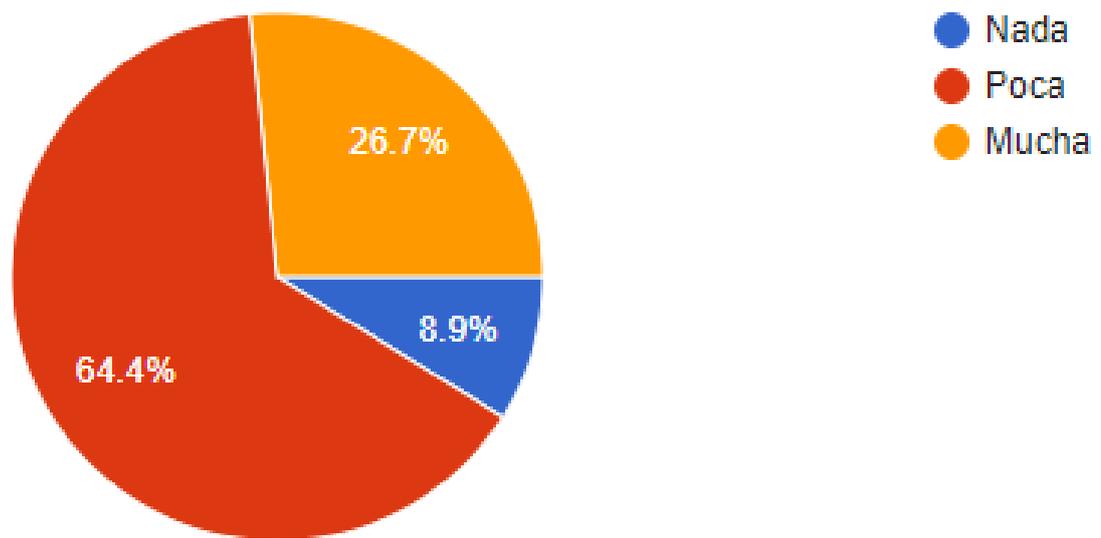


Gráfico 11. Pregusta 7

Análisis e Interpretación

La ansiedad es un problema que afecta a los adolescentes, con la encuesta se observa que la mayoría tiene poco conocimiento sobre la ansiedad, así también se observa que solo un cuarto de los jóvenes tiene el conocimiento adecuado de esta problemática

¿Qué tanto conocimiento tienes acerca de la BULIMIA y la ANOREXIA?

Tabla 13

Conocimiento sobre la bulimia y la anorexia

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Nada	28	8.9%
Poca	50	64.4%
Mucha	15	26.7%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 8

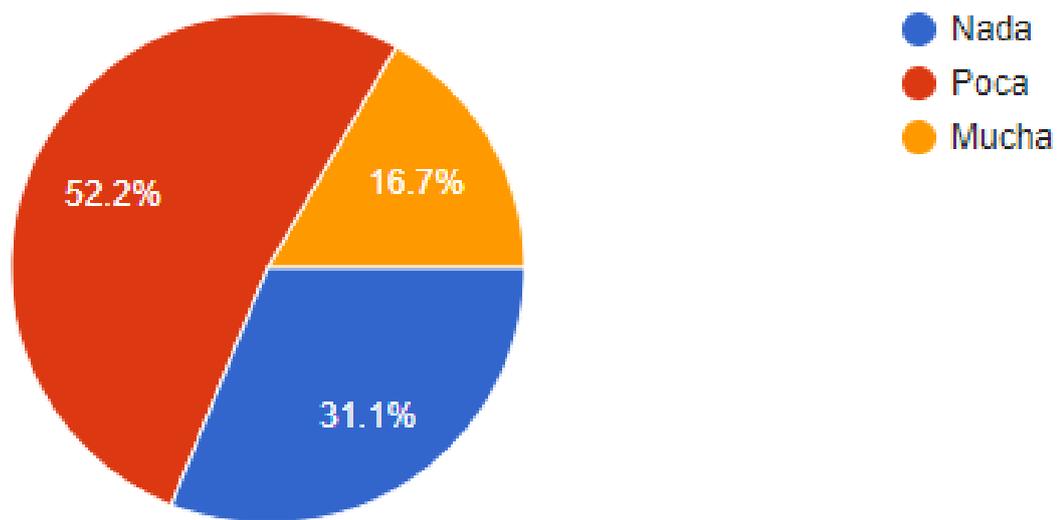


Gráfico 12. Pregusta 8

Análisis e Interpretación

Al preguntar sobre otro de los trastornos que afecta a los adolescentes como es la anorexia y la bulimia, se nota un porcentaje elevado en el desconocimiento del mismo, también se aprecia que muy pocos saben la información necesaria para prevenir esta enfermedad o al menos tomar conciencia sobre este problema.

¿Conoces algún caso de depresión, ansiedad, bulimia o anorexia que ocurra en tú entorno?

Tabla 14

Conocimiento sobre los casos

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Si	62	66.7%
No	31	33.3%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 9

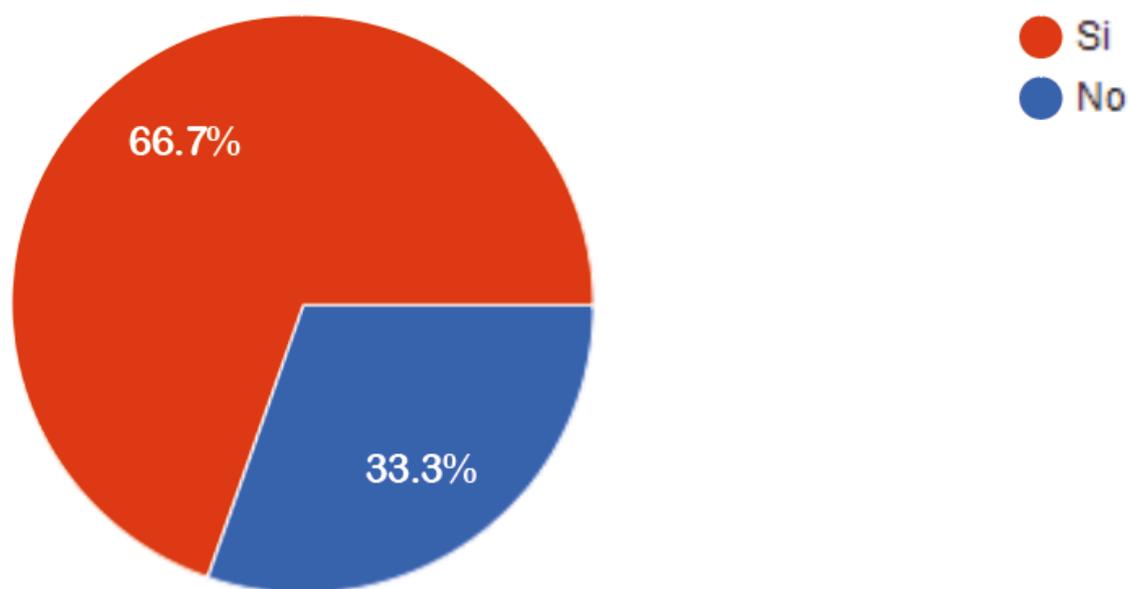


Gráfico 13. Pregusta 9

Análisis e Interpretación

En la gráfica que nota que al menos dos de cada tres estudiantes conocen a alguna persona que padece alguno de los trastornos mentales que se dan en la adolescencia como la depresión, ansiedad, bulimia o anorexia, esto ayuda a demostrar la importancia del proyecto ya que, al brindar información a los adolescentes, pueden saber qué hacer y a quien acudir para solucionar cualquier duda.

Selecciona la enfermedad que se presenta en su entorno

Tabla 15

Conocimiento sobre la que trastorno a presenciado

	Frecuencia Porcentaje	Frecuencia Porcentaje
Depresión	30	49.2%
Ansiedad	26	40%
Bulimia	1	16%

Anorexia	6	9.2%
Total	62	100%

Nota: Tabulación pregunta 10

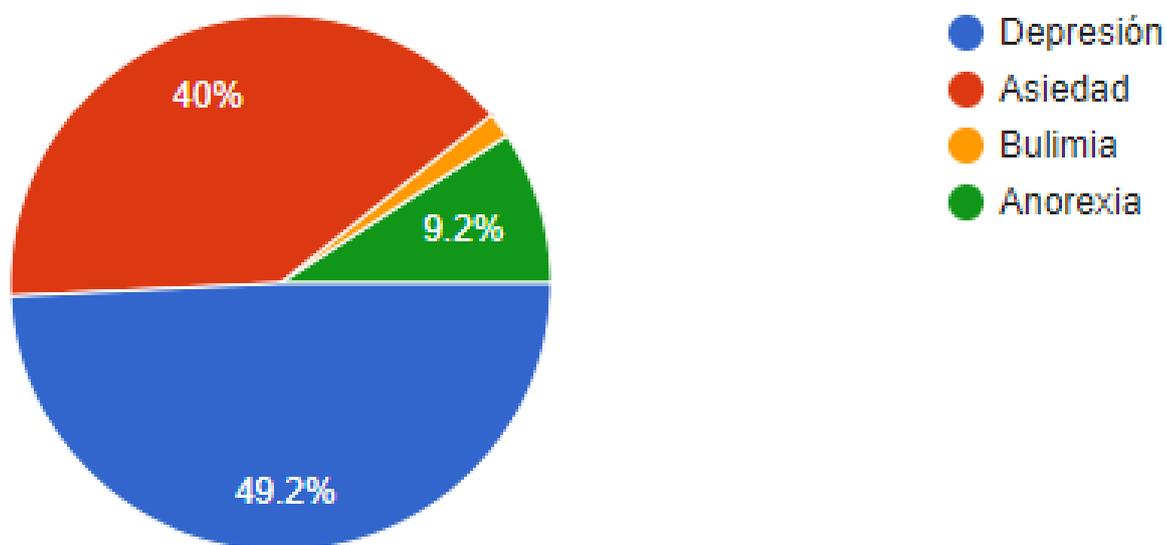


Gráfico 14. Pregusta 10

Análisis e Interpretación

Con los datos recopilados de la pregunta anterior y esta pregunta, podemos detectar que existen dos problemáticas más frecuentes y notorios en los adolescentes de la institución, tanto la depresión como la ansiedad son problemas que los propios jóvenes han notado sin una gran información con referente al tema, esta información permite demostrar la importancia del proyecto.

¿Has escuchado sobre alguna campaña que trate sobre la salud mental?

Tabla 16

Conocimiento sobre campañas acerca de la salud mental

	Frecuencia Porcentaje	Frecuencia Porcentaje
Si	30	30.3%

No	63	69.7%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 11

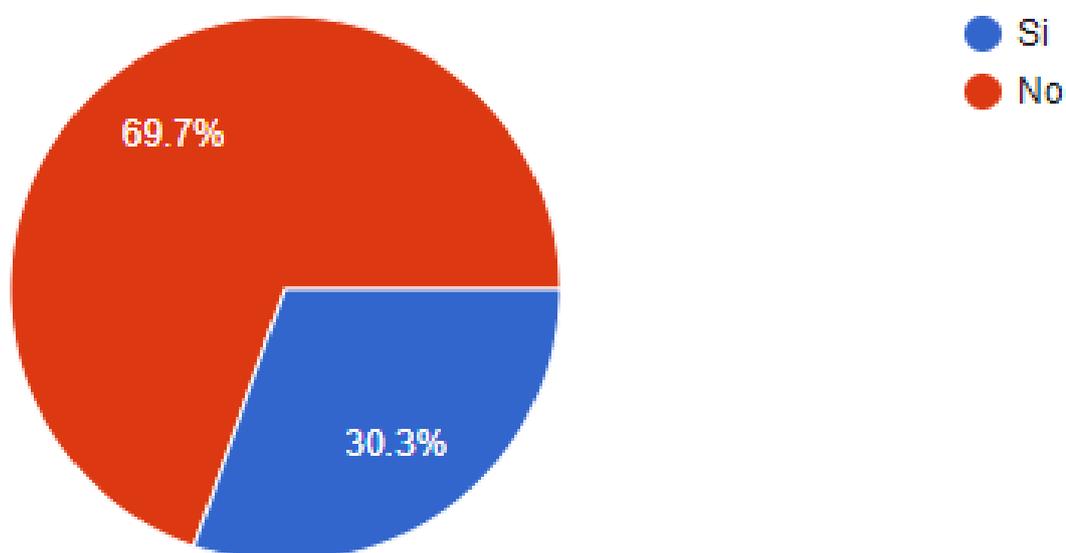


Gráfico 15. Pregusta 11

Análisis e Interpretación

La mayoría de los jóvenes no tienen conocimiento sobre si se ha realizado campañas que aborden el tema de la salud mental, con este resultado se puede llegar a la conclusión que no se ha abordado el tema con la frecuencia que se debería darse a estas temáticas, ya que la salud mental en los adolescentes es una base fundamental para su crecimiento como ser humano.

¿De qué manera crees que te llamaría más la atención conocer sobre un tema dentro de la institución?

Tabla 17

Como captar la atención

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
	Porcentaje	

Afiches	8	9.2%
Videos	8	52.9%
Ilustración	7	8%
Fotografía ilustrada	20	20.7%
Fotografía	50	9.2%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 12

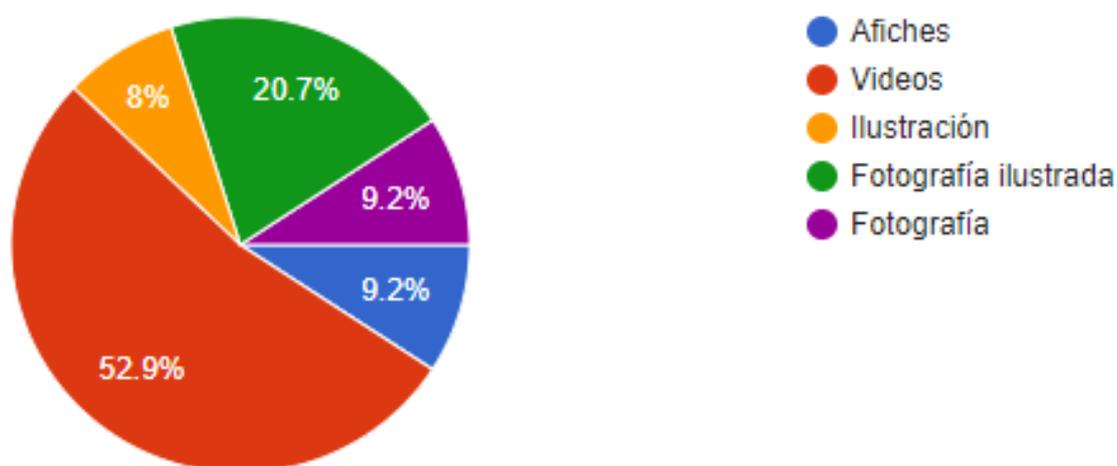


Gráfico 16. Pregusta 12

Análisis e Interpretación

Se logro identificar que los videos son el punto principal para capta su atención, así como también la fotografía con ilustración combinada siendo este otro de los puntos que atraen a los jóvenes, se puede notar que los afiches, ilustraciones y la fotografía son los aspectos que menos llaman la atención los adolescentes.

¿De qué manera te gustaría conocer acerca de la salud mental dentro de la institución?

Tabla 18

Como le gustaría conocer sobre la salud mental

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Roll ups	17	17.7%
Afiches	16	16.5%
Diapositivas	18	46.8%
Letreros informativos	41	19%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 13

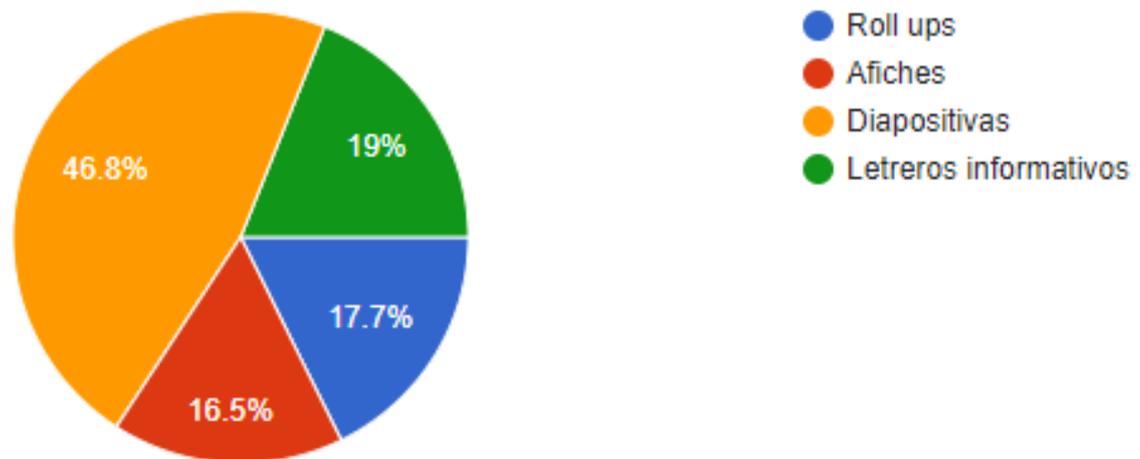


Gráfico 17. Pregusta 13

Análisis e Interpretación

Los resultados arrojados en esta pregunta nos indica que los estudiantes prefieren ser informados a través de diapositivas, mientras que los roll ups, afiches, y letreros informativos serian de igual ayuda ya que no existe desagrado ante los estudiantes.

¿Cuál es la red social que ocupas más?

Tabla 19

Red social más usada

	Frecuencia	Frecuencia Porcentaje
Facebook	6	4.7%
Instagram	7	5.9%
Tik Tok	41	45.9%
WhatsApp	39	43.5%
Total	93	100%

Nota: Tabulación pregunta 14

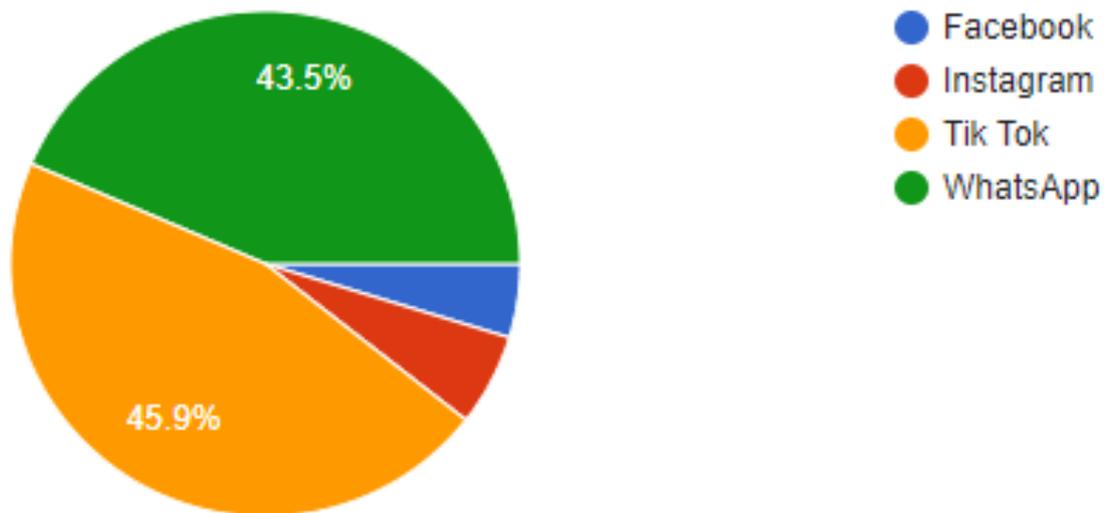


Gráfico 18. Pregusta 14

Análisis e Interpretación

Los resultados de la pregunta nos indica que existe un gran uso por parte de las redes sociales en los jóvenes, siendo las redes más utilizadas WhatsApp y tik tok, donde los estudiantes pasan el mayor tiempo, las dos redes son un gran apoyo para el proyecto ya que mediante estas redes se puede tener un mayor alcance.

CAPITULO V

5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1. Descripción general del proyecto.

Mediante la investigación bibliográfica con base en proyectos anteriores, el análisis PEST, estadísticas presentadas sobre la salud mental, comparaciones de diversas campañas abarcadas en problemáticas sociales que afectan a los adolescentes y a la investigación realizada en la Unidad Educativa Madre Gertrudis la cual se realizó por medio de entrevistas y encuestas, permitió entender de mejor manera cuán importante es sensibilizar a los jóvenes acerca de la salud mental.

El proyecto integrador consta con el desarrollo de una campaña social sobre la salud mental, con el motivo de sensibilizar e informar a un público adolescente, de esta manera se busca evitar que los jóvenes de esta Institución tengan una mala salud mental, ya que esto conlleva a tener trastornos mentales como la depresión, ansiedad, bulimia o la anorexia, que si no son identificados y tratados pueden tener consecuencias desafortunadas.

5.1.1. *Concepto*

La presente campaña social busca sensibilizar a los adolescentes de 11 a 15 años de la Unidad Educativa Madre Gertrudis sobre la salud mental, para dar nombre a la campaña se la trabajará con el concepto **“conectando corazones sanando mentes”** que permite impulsar a los jóvenes de la Institución a ser partícipe de informarse acerca del tema: la salud mental y los trastornos mentales (depresión) que más se sufre en la adolescencia, así como las causas por las que se padece esta enfermedad, como poder ayudar a sus compañeros en caso de presenciar o conocer si alguien padece este problema, con esta idea se pretende ayudar a los adolescentes de la Institución a afrontar de la mejor manera su vida estudiantil, así como a los estudiantes se les pretende sensibilizar, a los tutores legales se les informa sobre la mejor manera de apoyar a sus representados para tener una buena salud mental y a su vez poder identificar si padecer algún trastorno mental como la depresión.

5.1.2. Tono y estilo

En el desarrollo de la campaña se realizó mediante dos tipos de tonos informativo y emocional; informativo para comunicar a los jóvenes sobre la salud mental y los trastornos que conlleva no cuidarla, cuando se habla sobre el tono emocional se intenta llegar a los sentimientos causando así una sensibilización en nuestro público objetivo, mientras que el estilo que se maneja es minimalista como elementos reales que tengan en mente el público objetivo, para llegar de la mejor manera.

5.1.3. Descripción Técnica del producto.

Tema: Campaña social de apoyo y sensibilización sobre la salud mental en adolescentes en la Unidad Educativa Madres Gertrudis.

Público objetivo: Adolescentes –

Publico objetivo secundario: Representantes legales

Cliente: Unidad Educativa “Madre Gertrudis”

Alcance: Cantón Cevallos

Responsables

Autor: Marco Vinicio Guzmán Mayorga

Tutor: Mg. Carolina Elizabeth Maldonado Chérrez

5.1.4. Objetivo

General

- Diseñar la campaña social mediante las herramientas tecnológicas para sensibilizar a los adolescentes de la Unidad Educativa Madre Gertrudis sobre su salud mental y la depresión.

Específicos

- Dar la identidad visual a la campaña social mediante el branding, obteniendo reconocimiento y generando expectativas de interés en la Institución.

- Generar contenido informativo que sirva de apoyo para los psicólogos que impartan charlas sobre la salud mental.
- Desarrollar material visual sobre la salud mental y la depresión en la adolescencia, para sensibilizar a los jóvenes de la Unidad Educativa.
- Generar posts informativos dirigido a los padres de familia como apoyo para salvaguardar el bienestar de los adolescentes.

5.1.4.1. Etapas

Tabla 20

Etapas

Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 3
<p>Objetivo 1: Dar la identidad visual a la campaña social mediante el branding, obteniendo reconocimiento y generando expectativas de interés en la institución.</p> <p>Crear el identificador gráfico de la campaña el cual cause un impacto positivo en los adolescentes, así se puede desarrollar las estrategias más adecuadas.</p>	<p>Objetivo 2: Generar contenido informativo que sirva de apoyo para los psicólogos que impartan charlas sobre la salud mental.</p> <p>Crear un material visual para apoyar a los profesionales quienes van a impartir carlas sobre la salud mental.</p>	<p>Objetivo 3: Desarrollar material visual sobre la salud mental y la depresión en la adolescencia, para sensibilizar a los jóvenes de la Unidad Educativa.</p> <p>Diseño de material visual impreso para la implementación en la Institución ya que los adolescentes pasan el mayor tiempo en ella.</p>	<p>Objetivo 4: Generar posts informativos dirigido a los padres de familia como apoyo para salvaguardar el bienestar de los adolescentes.</p> <p>Elaborar piezas graficas con recomendaciones y consejos para los padres de familia ayuden a mejorar la salud mental de sus jóvenes.</p>

5.1.4.2. Matriz estratégica

La propuesta consta de cuatro objetivos que abarcara la problemática, con la idea de que los adolescentes tengan la información necesaria sobre la salud mental y puedan identificar los síntomas de la depresión para informar a las autoridades pertinentes.

Objetivo 1: Dar la identidad visual a la campaña social mediante el branding, obteniendo reconocimiento y generando expectativas de interés en la Institución.

Tabla 21

Matriz Estratégica Objetivo 1

Estrategia	Táctica	Acción	Recursos
Identidad visual	Crear un identificador gráfico para la campaña social	Conceptualizar la idea que permita causar un impacto visual en el público objetivo	Análisis de la investigación
		Diseñar el identificador de la campaña social	Adobe Ilustrador
		Desarrollar manual de marca	Adobe Ilustrador

Objetivo 2: Generar contenido informativo que sirva de apoyo para los psicólogos que impartan charlas sobre la salud mental.

Tabla 22

Matriz Estratégica Objetivo 2

Estrategia	Táctica	Acción	Recursos
-------------------	----------------	---------------	-----------------

Diseño de material de apoyo	Diseñar material visual sobre la salud mental en la adolescencia	Diseño de presentación donde se demuestre las consecuencias de una mala salud mental, los trastornos que esto genera principalmente mostrando la depresión.	Software: Adobe Ilustrador
-----------------------------	--	---	----------------------------

Objetivo 3: Desarrollar material visual sobre la salud mental y la depresión en la adolescencia, para sensibilizar a los jóvenes de la Unidad Educativa.

Tabla 23

Matriz Estratégica Objetivo 3

Estrategia	Táctica	Acción	Recursos
Diseño de piezas gráficas	Diseñar material visual sobre la salud mental y la Depresión	Afiches de piezas gráficas mediante el uso de fotografías, ilustración vectorial y copy dentro de la institución	Software: Adobe Ilustrador Adobe Photoshop
		Roll up de piezas gráficas mediante el uso de fotografías,	Software: Adobe Ilustrador Adobe Photoshop

		ilustración vectorial y copy dentro de la institución	
Social Media	Difundir la campaña en la red social más usada por los adolescentes	Videos informativos sobre cómo abordar los temas la salud mental y la depresión	Software: Adobe Premier

Objetivo 4: Generar posts informativos dirigido a los padres de familia como apoyo para salvaguardar el bienestar de los adolescentes.

Tabla 24

Matriz Estratégica Objetivo 4

Estrategia	Táctica	Acción	Recursos
Social Media	Difundir la campaña en redes sociales	Posts informativos mediante redes sociales donde la institución pueda comunicar a los padres.	Redes Sociales: Facebook e WhatsApp

5.1.4.3. Cronogramas

Tabla 25

Cronograma de desarrollo

Duración de la ejecución del proyecto en meses		Abril				Mayo				Junio		Julio					
Etapa/Objetivo	Acción	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Objetivo 1: Dar la identidad visual a la campaña social mediante el branding, obteniendo reconocimiento y generando expectativas de interés en la institución.	Conceptualizar la idea que permita causar un impacto visual en el público objetivo																
	Diseñar el identificador de la campaña social																
	Desarrollar manual de marca																
Objetivo 2: Generar	Diseño de presentación																

<p>contenido informativo que sirva de apoyo para los psicólogos que impartan charlas sobre la salud mental.</p>	<p>donde se demuestre las consecuencias de una mala salud mental, los trastornos que esto genera principalmente mostrando la depresión.</p>																
<p>Objetivo 3: Desarrollar material visual sobre la salud mental y la depresión en la adolescencia, para sensibilizar a los jóvenes de la</p>	<p>Afiches de piezas gráficas mediante el uso de fotografías, ilustración vectorial y copy dentro de la institución</p>																
<p>unidad educativa.</p>	<p>Roll up de piezas gráficas</p>																

	mediante el uso de fotografías, ilustración vectorial y copy dentro de la institución																
	Videos informativos sobre cómo abordar los temas la salud mental y la depresión																
Objetivo 4: Generar posts informativos dirigido a los padres de familia como apoyo para salvaguardar el	Posts informativos mediante redes sociales donde la institución pueda comunicar a los padres.																

5.1.4.4. Acabados

La presente campaña contiene una serie de piezas gráficas y productos audiovisuales las cuales se expondrán a lo largo de la campaña, mediante los medios impresos de los cuales son la parte fundamental de este proyecto, estos productos seguirán la línea gráfica predeterminada, los medios impresos constarán con la información adecuada sobre la salud mental y la depresión.

5.1.4.5. Composición

La composición con la cual se trabaja en la campaña se establece por una línea gráfica básica, así las artes tendrán similitud y lleguen de una manera eficiente al público objetivo, las artes gráficas contendrán fotografías con la combinación de ilustraciones para marcar, transmitir un impacto de sentimientos que muestran los adolescentes y mediante copys e información sobre los síntomas que se presentan en un joven con depresión, permitiéndole tener la capacidad de identificar el caso y dar el aviso pertinente a las autoridades competentes.

5.1.4.6. Jerarquía

Identidad visual

- Conceptualizar la idea que de un impacto visual permita atraer al público objetivo.
- Crear el identificador de la campaña “conectando corazones sanando mentes”.
- Diseñar el manual de la marca de la campaña.

Estrategias de difusión

- Post en redes sociales (WhatsApp, Tik Tok, Facebook).
- Medios impresos implementados en la Institución.

Material visual

- Post de piezas gráficas y artes audiovisuales en redes sociales.
- Diseño de piezas graficas en medios impresos.

5.1.4.7. Funcionalidad

Esta campaña tiene como principal funcionalidad el incremento del cuidado de la salud mental, implementando estrategias que ayuden a la difusión de información para lograr el propósito establecido, mediante la persuasión y la sensibilización en los adolescentes dentro de la Institución, la importancia de que los jóvenes cuiden su salud mental y puedan identificar los síntomas que alguien presenta depresión y así, informen a las autoridades pertinentes para que pueden brindar ayuda eficiente y eficaz en su debido momento.

5.1.5. *Expresión creativa*

La combinación entre la fotografía, ilustración y los copys en el desarrollo de las piezas gráficas, es parte fundamental para captar la atención del público objetivo mediante la atracción visual, las emociones y sentimientos que se produce al conectar el mensaje propuesto a los jóvenes.

5.1.6. *Valor agregado*

Por medio de la presente campaña se busca expresar de una forma diferente los temas que son necesarios en la adolescencia como la salud mental y la depresión, exceptuando la información que se le puede brindar al público objetivo con relación a la problemática, el propósito es sensibilizar a los jóvenes para que tomen en cuenta las señales de la depresión y que tengan en mente cómo actuar a quien acudir en caso de ser necesario.

5.1.7. *Materiales e Insumos*

Tabla 27

Materiales e insumos

Recursos	Descripción
Institucionales	Universidad Técnica de Ambato
	Unidad Educativa Madres Gertrudis

Humanos	Investigador
	Tutor
	Profesionales
	Encuestados
Tecnológicos	Computadora
	Internet
	Software de diseño:
	- Adobe Ilustrador
	-Adobe Photoshop
	-Adobe Premier por

5.1.8. *Formatos*

Se especifica en que formatos se debe trabajar, así como los medios en los cuales se hizo uso, como es en el caso de las redes sociales y medios impresos.

Tabla 28

Formatos para redes sociales

Redes sociales	Formatos	Medida
Facebook	Post cuadrados	1200 x 1200px
	Post historias	1080 x 1920px
Tik Tok	Video	1080 x 1920px
WhatsApp	Video	1080 x 1920px
	Post cuadrados	1200 x 1200px

Tabla 29*Tamaños medios impreso*

Producto	Medidas
Afiches	A3: 32 x 45 cm
Roll Up	80 x 200 cm
Carteles Informativos	25 x 60 cm

5.1.9. Presupuesto.**Tabla 30***Presupuesto*

Producto/ Servicios	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Diseño de marca			
Creación de identificador	\$120	1	\$120
Manual de marca	\$200	1	\$200
Merchandising (diseño)	\$60	3	\$180
Productos medios impresos			
Roll Up	\$60	3	\$180
Afiche	\$40	3	\$120
Material visual para charlas	\$40	1	\$40

Carteles informativos	\$5	6	\$60
Diseño de productos de redes sociales			
Diseño redes sociales	\$15	12	\$180
Videos para redes	\$60	3	\$180
Gastos varios			
Internet	\$20	3	\$60
Energía eléctrica	\$20	3	\$60
transporte	\$10	3	\$30
Total			\$1400
IVA 12%			\$168
Total, final			\$1548

5.1.10. Construcción del prototipo.

5.1.10.1. Identidad visual

La identidad se presenta con el concepto de conexión entre los sentimientos y los pensamientos mediante terminaciones circulares, de igual forma el identificador de la campaña con el nombre “conectando corazones sanando mentes” que indica la conexión entre las personas y esto permite apoyar a sanar la mente de quien lo necesite.



Imagen 10. Identificador de la campaña

5.1.10.2. Manual de marca

El manual de marca es un documento en el cual se encuentran las directrices que se utilizan para manejar de la manera más adecuada la identidad visual de la campaña, así como cuáles son los principales elementos gráficos y la forma correcta de implementarlo.

5.1.10.3. Naming

“conectando corazones sanando mentes”, para la creación del nombre de la campaña se determinó como un propósito conectar con los sentimientos de los adolescentes y mediante esa conexión llegar a mejorar su salud mental y para evitar consecuencias como la depresión.

5.1.10.4. Identificador gráfico

El identificador gráfico transmite sentimientos e ideas claras mediante las formas circulares y la unión entre dos organismos que actúan de forma diferente una con la otra, con el corazón se transmite la parte emocional mientras que el cerebro transmite la parte intelectual y la toma de decisiones racionales, mediante la conexión de estos dos elementos permite identificar que se intenta llegar de las dos formas para tomar decisiones. De igual forma el nombre brinda una mejor dirección a lo que se trata la campaña.

5.1.10.5. Construcción



Imagen 11. Construcción

5.1.10.6. Modulación

Al ajustar las proporciones de la marca a una cuadrícula específica definida por el valor de 'x', se garantiza que la marca mantenga una proporción adecuada en distintos medios y formatos.

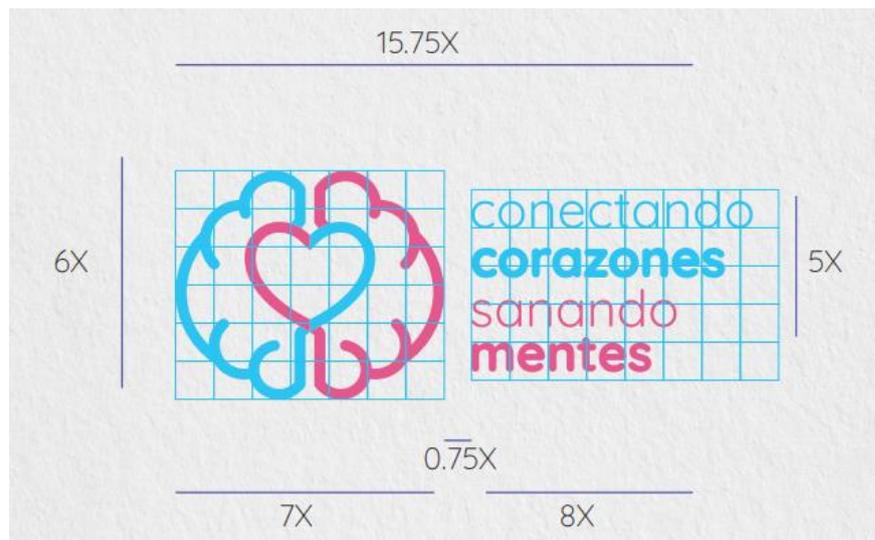


Imagen 12. Modulación

5.1.10.7. Área de seguridad

Se delimitó un espacio de protección alrededor del logotipo para garantizar su visibilidad y evitar la interferencia de otros elementos gráficos.



Imagen 13. Área de seguridad

5.1.10.8. Tamaños mínimos

Con el propósito de asegurar la legibilidad de la marca, se han definido los tamaños mínimos en los cuales el logotipo puede ser empleado.

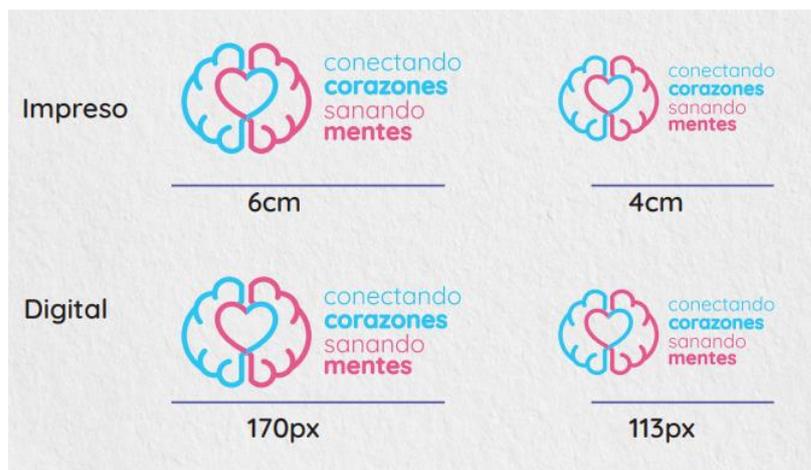


Imagen 14. Tamaños mínimos

5.1.10.9. Cromática

Los colores que determinaron para la identidad visual de la marca tienen relación al concepto con el cual se está trabajando, así como busca generar emociones que los mismos provocan.

Celeste: representa serenidad, protección, calma, paz, confianza, amistad y simpatía.

Magenta: personifica equilibrio emocional y armonía física, relacionada con sentimientos de autoestima y satisfacción personal.

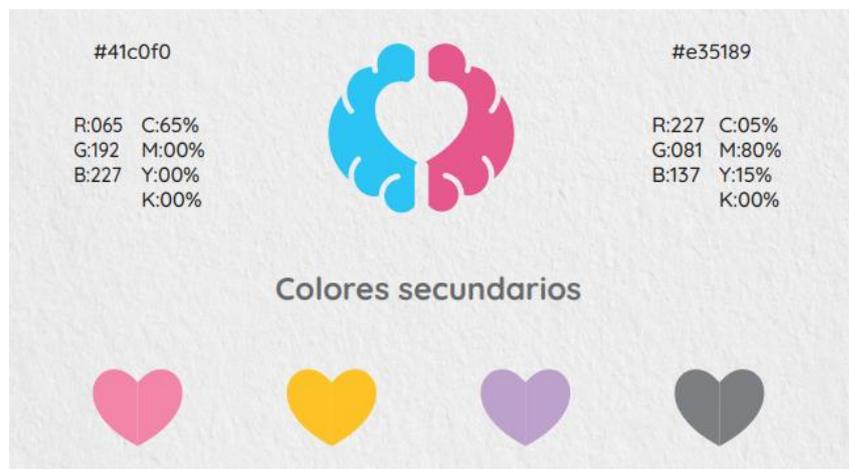


Imagen 15 . Cromática

5.1.10.10. Aplicación de color

Muestra como se ve al aplicar el identificador en positivo o negativo y en los colores corporativos.



Imagen 16. Aplicación de colores

5.1.10.11. Tipografía

La tipografía que se utilizará para la campana en el identificador gráfico como para los textos y títulos es una tipografía san serif siendo las tipografías seleccionadas QUICKSAND, NUNITO y BETTER TOGETHER CAPS .



Imagen 17. Tipografía

5.1.10.12. Usos correctos

Se presenta los usos correctos que se pueden hacer al identificador en caso de que se lo necesite.



Imagen 18. Usos correctos

5.1.10.13. Usos incorrectos

Se presenta los usos incorrectos de la marca en donde se demuestra los errores que se cometen y brindar un antecedente de lo que no se debe hacer.

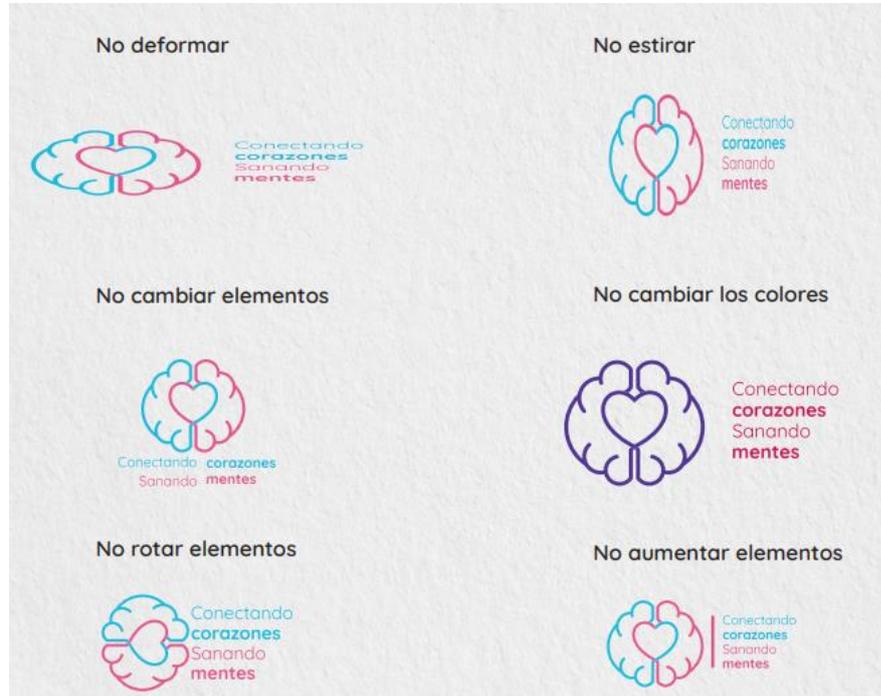


Imagen 19. Usos incorrectos

5.1.10.14. Aplicaciones

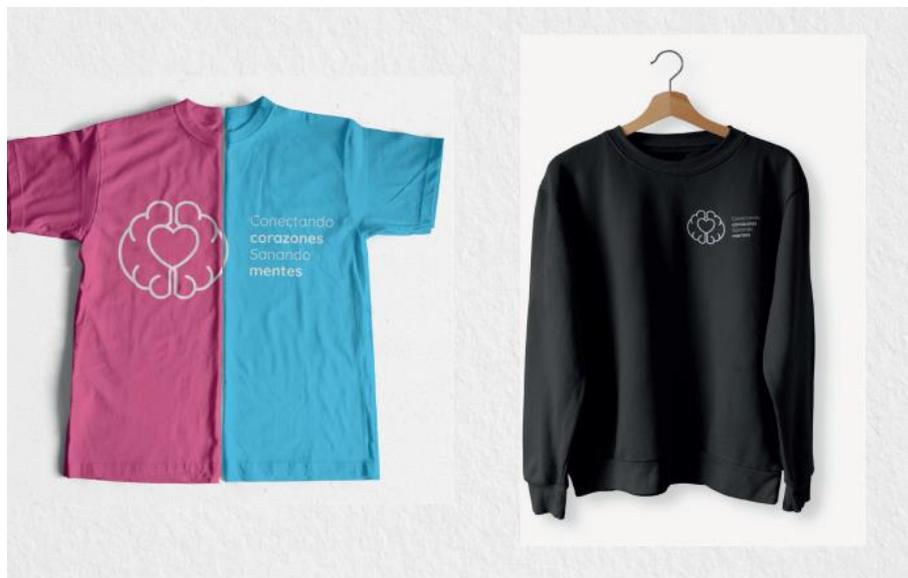


Imagen 20. Camisetas y busos



Imagen 21. Gorras



Imagen 22. Pulseras

5.1.11. Material visual para charlas

Para el inicio de campaña se realizó una presentación visual que acompañe a los profesionales que dan la charla sobre el tema expuesto y la presentación está compuesta

por la información más relevante que ayude a mantener la atención de los adolescentes basado en la línea gráfica establecida en la campaña.



Imagen 23. Diapositivas

5.1.12. Piezas gráficas para medios tradicionales (impresos)

Para los distintos medios tradicionales se realizó piezas gráficas haciendo uso de fotografías, combinación de ilustración y frases o información necesaria, mediante el concepto se busca motivar a los adolescentes a cuidar su salud mental y ayuden a los demás a buscar apoyo.

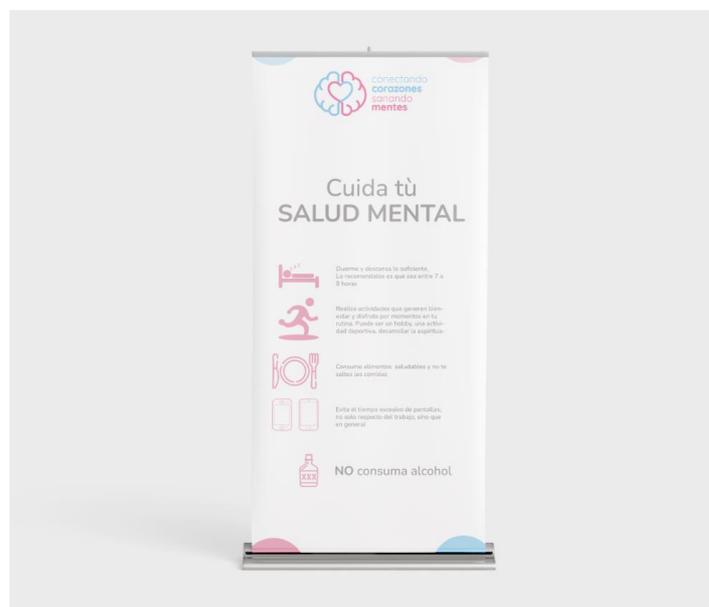


Imagen 24. Roll Up



Imagen 25. Carteles informativos

5.1.13. Piezas gráficas para redes sociales

Las piezas gráficas que se postearan en la red social Facebook se manejan con un formato de 1200 x 1200 px, en WhatsApp se mantendrá el mismo formato de 1200 x 1200 px. La elaboración de piezas gráficas trata tener un impacto mediante el uso de fotografías combinadas con la ilustración y recomendaciones para los padres acerca del cuidado de la salud mental y las características de la depresión.

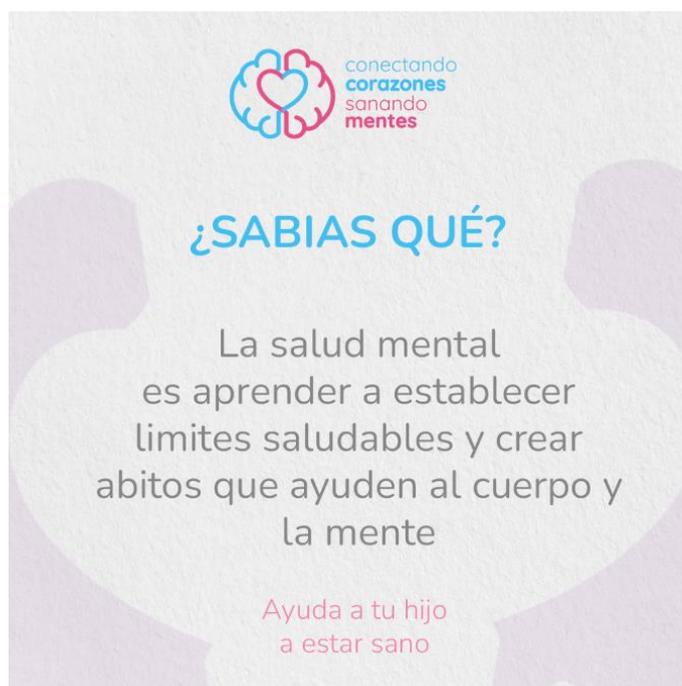


Imagen 26. Post para redes

5.1.14. Video

Para las posteos en la red social Tik Tok se maneja un formato de 1080 x 1920 px. En los videos se intenta tener un tono más tradicional con participación del público objetivo como refuerzo, esto permitirá que el mensaje llegue de una forma fácil y rápida.

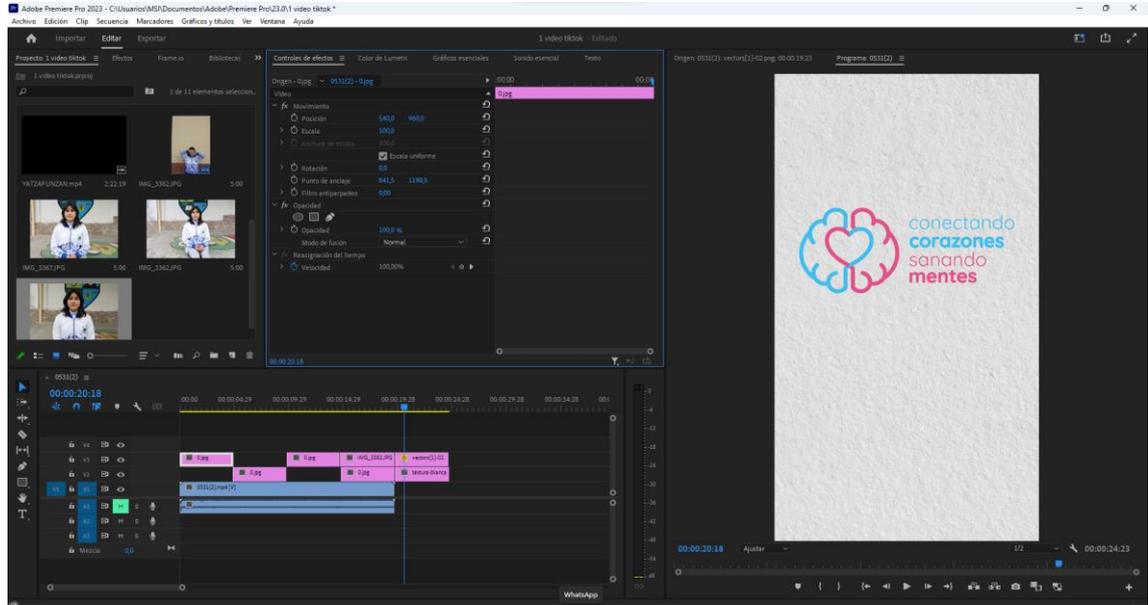


Imagen 27. Edición Video

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La problemática de la mala salud mental en la Unidad Educativa Madre Gertrudis en el Cantón Cevallos es compleja, ya que se pudo detectar en las encuestas y entrevistas a los docentes de la institución como al personal del departamento de consejería estudiantil (DECE), estos profesionales son los que pasan en su mayor tiempo con los adolescentes permitiéndoles evidenciar los síntomas de una mala salud mental para referir al psicólogo de la Institución quien es el encargado de dar seguimiento a los adolescentes dando a conocer las consecuencias de los trastornos mentales. Lamentablemente el problema se genera tanto dentro como fuera de la Institución, pero en muchos de los casos es por la falta de control y el descuido de los padres generando el cambio drástico que provoca la

pubertad, así como las personas que se encuentran a su alrededor que al desconocer los síntomas pasan por alto y no pueden brindar un consejo adecuado.

Al realizar el estudio de casos de otras campañas que tienen relación con el bienestar de los adolescentes, muchas de ellas fueron analizadas, pero no llegaron a ser implementadas, la problemática es constante y cada vez afecta más a los adolescentes de hoy en día, además no existe campañas que se creen desde cero y mucho menos que se dirija al público objetivo con el que se quiere trabajar.

Por todos los factores mencionados anteriormente la necesidad de realizar esta campaña social, es poder brindar la información necesaria y exponer mensajes que impacten en los adolescentes para llegar a sensibilizar y concientizar sobre las causas, consecuencias de no cuidar su salud mental, así como brindar la información para poder identificar a los jóvenes que necesiten un apoyo. Es de suma necesidad que la campaña se implemente donde el público objetivo pueda ser vista constantemente.

6.2. Recomendaciones

Una vez que se complete el proyecto integrador se recomienda, que la duración de estas sea más larga de lo que se propone para un mejor resultado, así también no limitar con fechas tratar de ser más constante, también no centrarse sólo en la Institución sino ir más allá y ampliar el público objetivo para abarcar mayor impacto logrando crear una mejor solución al problema.

Al desarrollar una campaña social es necesario siempre tener en claro cuál es la problemática que se quiere atacar, una vez que se defina el problema no divagar en las soluciones y dar soluciones directas, así se puede ayudar de mejor manera al público objetivo. También se recomienda testear el mercado y escoger las estrategias más adecuadas que puedan facilitar la obtención de las estrategias, establecer etapas, fases, el plan de medios y el desarrollo del material visual.

REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

- Belloch Fuster, A., & Frenández , H. (2010). *Tratado de trastornos de la personalidad*. Madrid: Síntesis.
- García , J., López Pisón, J., & Mengual, J. (2004). *Trastorno por déficit de atención con o sin hiperactividad (TDA-H)*. Zaragoza.
- Albers, J. (2020). *La interacción del color*. Buenos aires : Acervofadu.
- Alcalá Espinoza, G. L. (2018). *Diseño de carteles para una campaña antitabaco, dirigida a adolescentes de 14 a 18 años, en la zona central de la ciudad de la paz*. La Paz.
- Alvarado , M. (2005). La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos. 265-284.
- Alvaro, J. L., Garrido, A., & Torregrosa, J. R. (1996). *Psicología Social aplicada*. Madrid : Isabel Capella.
- Ancin, I. (15 de 05 de 2018). *Distintos tipos de campañas publicitarias*. Caribeña de. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanas-publicitarias.html>
- Barrera Bravo, A. I. (2017). *Diseño de una campaña gráfica BTL para concientizar a los jóvenes cuencanos sobre el uso de los estereotipos raciales en la publicidad*. Cuenca.
- Borda, L., Doña, M., Llach, S., & Juan, T. (2014). *Neuromarketing: la “cerebración”* . SAN RAFAEL.
- Cantos Olmedo, S. G. (2022). *Campaña audiovisual como instrumento de apoyo en la prevención de suicidios en la provincia de Tungurahua*. Ambato.
- Capodiferro Cubero, D. (2017). La insuficiencia de la regulación europea sobre los límites de la publicidad comercial. 15-43.
- Cortés, D. (2023). *QUÉ ES LA PUBLICIDAD POLÍTICA*. Obtenido de Univercidad Cesuma: <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-la-publicidad-politica.html>

- Cullari, S. (2001). *Fundamento de psicología clínica*. Mexico: Person.
- Díaz Zárate , P. C. (2014). *Influencia de la combinación de Marketing digital y Marketing* . Quito.
- Enríquez, M., & Garzón, F. (2015). *Acoso Escolar*.
- Garzón, A. (1984). *La psicología social cognitiva*. Valecia.
- Hernández Garnica, C., & Mauber Viveros, C. A. (2009). *Fundamentos de marketing*. Naucalpan de Juárez: Person.
- Indeed. (13 de Diciembre de 2022). *¿Qué es la psicología laboral?* Obtenido de Indeed.com: <https://es.indeed.com/orientacion-laboral/buscar-trabajo/que-es-psicologia-laboral>
- Iñiguez, L. (1994). *El analisis del discurso en psicologia social*. Barcelona.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Ciudad de Mexico S.A.: Pearson Educación.
- Langford, M. (1979). *La fotografía paso a paso*. Madrid : AKAL.
- Lizano Mejía, J. A. (2023). *“Campana social de apoyo a la concientización sobre el maltrato* . Ambato.
- Macazana Fernández, D. M., Sito Justiniano, L. M., & Romero Diaz, A. D. (2021). *Psicologia Educativa*. Lima: ISBN.
- Mancipe López, L. (2016). *El diseño, el diseño gráfico y el diseño de comunicación*. Bogota.
- Martínez Ortega, A. K. (2013). *Comunicación integral de causas : anatomía de las campañas* . México.
- Mayo Clinic. (06 de Agosto de 2022). *Dislexia*. Obtenido de www.mayoclinic.org: <https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/dyslexia/symptoms-causes/syc-20353552>

- Mayorga Morales, P. D. (2021). *LA SALUD MENTAL Y SU RELACIÓN CON EL CONSUMO DE ALCOHOL*. Ambato.
- Media, A. (06 de 09 de 2020). *¿Qué es la Ilustración Digital?* Obtenido de Academia de Diseño: <https://academiadedisenio.com/2020/09/06/que-es-la-ilustracion-digital/>
- Nardi, G. (14 de Mayo de 2017). *Principios de la psicología del consumidor*. Obtenido de desnudandoelmarketing.com: <https://desnudandoelmarketing.com/psicologia-del-consumidor/>
- Neuropcion. (28 de Agosto de 2021). *que son los trastornos emocionales*. Obtenido de Neuropcion: <https://neuropcion.com/que-son-los-trastornos-emocionales/>
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/campaigns/world-mental-health-day/world-mental-health-day-2020/world-mental-health-day-campaign>
- OMS. (03 de Junio de 2022). *Por qué la salud mental debe ser una prioridad al adoptar medidas relacionadas con el cambio climático*. Obtenido de Organizacion mundial de la salud: <https://www.who.int>
- OMS. (08 de Junio de 2022). *Trastornos Mentales*. Obtenido de who: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>
- Pacheco, K. (04 de 07 de 2018). *El Diseño Gráfico y su importancia en la sociedad*. Obtenido de Reporte gerrero : https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos_UC/aviso/El-Diseo-Grfico-y-su-importancia-en-la-sociedad
- Peiró, R. (01 de septiembre de 2021). *Comportamiento humano*. Obtenido de Eeconomipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/comportamiento-humano.html>
- Pujol, B. (2003). *Diccionario de Marketing*. Madrid: Cultural S.A.
- Ramos, J. (2020). *El plan de socil media marketing para empresas*. Berlin: Xinxii.
- Salas L., E. (2018). *La línea en la publicidad. Una revisión sobre la división del ATL y BTL*.

- Salas, E. (08 de 2018). *El tono del mensaje en la construcción de la imagen de* . Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/10/mensaje-imagen-marca.html>
- Satué, E. (2007). *Arte en la tipografía y tipografía en el arte: compendio de tipografía artística*. Madrid : Siruela.
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. California : Ibukku.
- Tena Parera, D. (2017). *Diseño gráfico publicitario*. Madrid: Diseño gráfico .
- Tovar, M. D. (1995). *PSICOLOGÍA SOCIAL COMUNITARIA*. La Habana.
- unicef. (07 de octubre de 2020). *Unicef*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/la-salud-mental-es-determinante-para-que-ni%C3%B1os-ni%C3%B1as-adolescentes-familias-y>
- Urbano Alcedo, L. K. (2021). *Campaña Gráfica sobre la Salud Mental y el Conocimiento en Adolescentes de la Institución Educativa San Martín, Oyón 2021*. Lima.
- Vinicio , M. (2015). *Campaña social para concientizar sobre las consecuencias del embarazo en la adolescencia* . Cuenca.

ANEXOS

Este enlace se encuentra los productos que se utilizaran en el presente proyecto, así como se encuentra las entrevistas realizadas a los diferentes profesionales que brindaron su conocimiento para la elaboración de la campaña.:

https://utaedu-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mguzman1031_uta_edu_ec/EivMPsHJNZJEhIZg54sSxHUBWy5RUtnIImkQn1-1dcoXxg?e=WVczgF

Preguntas para las entrevistas con el departamento DECE

¿Cuáles son los casos más recurrentes que se presentan en su departamento?

¿Como identifica cuales son los adolescentes que necesitan ayuda?

¿Qué acciones toma con referente a esta problemática?

¿Cree usted que es necesario que los adolescentes tengan conocimiento sobre la salud mental?

¿Cree que es recomendable informar de cuáles son los trastornos mentales que más afectan a los adolescentes como la Depresión, ansiedad, bulimia entre otros?

¿Cuáles son las técnicas o estrategias que usted utiliza para llegar a los adolescentes y poder solucionar los problemas que estos tienen?

¿Cuál cree que sería la mejor manera para llegar a los jóvenes y poder sensibilizar y concientizar sobre acerca de la salud mental?

¿Cree que los maestros deberían conocer y reconocer los síntomas acerca de los trastornos mentales (depresión ansiedad y otros trastornos) que afectan a los adolescentes para brindar un mayor a quien lo necesita?

¿Cuánto apoyo obtiene por parte de la institución y de los padres de familia cuando un estudiante tiene algún inconveniente?

Entrevistas con los docentes de la Unidad Educativa Madre Gertrudis

¿Qué tan informado se encuentra acerca de la salud mental?

¿Cuáles han sido los problemas que más suscitan dentro del aula de clases?

¿Qué trastorno mental ha visto o piensa que pueden padecer los estudiantes?

¿Qué acciones ha tomado cuando ha encontrado problemas con sus estudiantes?

¿Cree que es recomendable informar de cuáles son los trastornos mentales que más afectan a los adolescentes como la Depresión, ansiedad, bulimia entre otros?

¿Cuál cree que sería la mejor manera para llegar a los jóvenes y poder sensibilizar y concientizar sobre acerca de la salud mental?

¿Qué piensa usted que llamaría más la atención de los adolescentes en un afiche?

¿Cuánto apoyo obtiene por parte de la institución y de los padres de familia cuando un estudiante tiene algún inconveniente?

Entrevista al diseñador

¿Qué se debe considerar para elaborar una campaña (social)?

¿Cuáles son las características que se debe considerar para elaborar una campaña social?

¿Qué tipos de estrategias se puede elaborar en una campaña social?

Al realizar unas campañas sobre la salud mental ¿Qué debería ser presentado como punto principal?

¿Como se debería estructurar una campaña que pretende sensibilizar a los adolescentes?

Dentro de la campaña ¿cuál sería los recursos más viables para captar la atención a un público adolescente?

En una red social ¿cuáles son los parámetros que más se utiliza para captar la atención y cause impacto en el público?

¿Al tratarse de una campaña visual como se debería manejar las imágenes o que debería presentar más?

Preguntas para los estudiantes (Encuestas)

¿Qué edad tienes?

¿Cuál es su género?

¿Quién es tú tutor legal?

¿Has escuchado el término “Salud Mental”?

¿Conoces cuáles son los trastornos que se dan en la adolescencia?

¿Qué tanto conocimiento tienes acerca de la DEPRESIÓN?

¿Qué tanto conocimiento tienes acerca de la ANSIEDAD?

¿Qué tanto conocimiento tienes acerca de la BULIMIA y la ANOREXIA?

¿Conoces algún caso de depresión, ansiedad, bulimia o anorexia que ocurra en tú entorno?

¿Has escuchado sobre alguna campaña que trate sobre la salud mental?

¿De qué manera crees que te llamaría más la atención conocer sobre un tema dentro de la institución?

¿De qué manera te gustaría conocer acerca de la salud mental dentro de la institución?

¿Cuál es la red social que ocupas más?