



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO GESTIÓN
GRÁFICA PUBLICITARIA**

TEMA:

“Diseño de campaña de concientización para prevenir el consumo de drogas en los estudiantes del 7° grado de la escuela Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince de la ciudad de Guayaquil utilizando la serigrafía como herramienta de difusión.”

AUTOR:

Pacheco Aldean, Johanna Elizabeth

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

LICENCIADA EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

TUTOR:

Ing. Jaramillo Valle, Félix Enrique, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

8 de marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria**.

TUTOR

f. _____

Ing. Jaramillo Valle, Félix Enrique, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Soto Chávez, Billy Gustavo, Mgs.

Guayaquil, a los 8 días del mes de marzo del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, “**Diseño de campaña de concientización para prevenir el consumo de drogas en los estudiantes del 7° grado de la escuela Dr. Manuel Ignacio Gómez lince de la ciudad de Guayaquil utilizando la serigrafía como herramienta de difusión.**” previo a la obtención del Título de **Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 8 días del mes de marzo del año 2018

AUTORA

f. _____
Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Diseño de campaña de concientización para prevenir el consumo de drogas en los estudiantes del 7° grado de la escuela Dr. Manuel Ignacio Gómez lince de la ciudad de Guayaquil utilizando la serigrafía como herramienta de difusión.**” previo a la obtención del Título de **Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 8 días del mes de marzo del año 2018

AUTORA

f. _____
Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth

REPORTE URKUND

URKUND

Documento [TESIS JOHANNA URKUND.docx \(D35772094\)](#)

Presentado 2018-02-20 07:25 (-05:00)

Presentado por fjaramillov2003@yahoo.es

Recibido felix.jaramillo.ucsg@analysis.urkund.com

Mensaje Fw: TESIS JOHANNA PACHECO [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 18 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Lista de fuentes	Bloques
<input type="checkbox"/>	Categoría
<input type="checkbox"/>	Enlace/nombre de archivo
<input checked="" type="checkbox"/>	TESIS FINAL 24 DE FEBRERO 2016 URKUND sin imagenes.docx
<input type="checkbox"/>	Fuentes alternativas
<input type="checkbox"/>	Fuentes no usadas

Ing. Félix Jaramillo, Mgs. (felix.jaramillo)

0 Advertencias

Reiniciar

Exportar

Compartir

?

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, quien es el que me ha permitido llegar con salud hasta una de las fases más anheladas de mi vida, luego de haber sido madre.

A mis padres, Marisol Aldeán y Jhon Pacheco quienes con esfuerzo y muchas limitaciones dejaron todo por darme el mejor regalo, la educación.

A mi esposo, Stalin Bravo quien dentro de todo este proceso ha sido más que un apoyo, el aporte con sus recursos en la realización de mi trabajo de titulación.

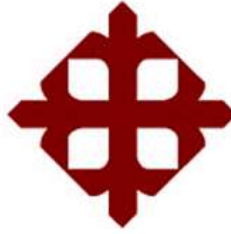
Al Lcdo. Magno Merino Luna, por su guía y colaboración en mi proceso de titulación.

Finalmente, agradezco a mi tutor y a todos los docentes quienes fueron pieza fundamental en este trabajo de titulación.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a mi abuelito Miguel Angel Aldeán, quien me dejó su ejemplo de lucha y fortaleza, incentivándome con su recuerdo a culminar lo que hoy puedo presentar como trabajo de titulación.

A su vez dedico este trabajo a mi hijo, quien me acompañó en cada paso convirtiéndose en mi impulso y motivo para el desarrollo de este proyecto.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

LCDO. ROGER IVÁN RONQUILLO PANCHANA, MGS

Delegado 1

f. _____

LCDO. WILL ALBERTO VERGARA MACÍAS, MSC

Delegado 2

f. _____

LCDO. WASHINGTON DAVID QUINTANA MORALES, MGS.

Opositor



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CALIFICACIÓN

Ing. Jaramillo Valle, Félix Enrique, Mgs.

ÍNDICE GENERAL

1	Introducción.....	18
1.1	Planteamiento del problema	20
1.2	Objetivos del proyecto.....	22
1.2.1	Objetivo general.....	22
1.2.2	Objetivos específicos.....	22
2	Metodología de la investigación	23
2.1	Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación	23
2.1.1	Recolección de información sobre el cliente	24
2.1.2	Análisis, interpretación y organización de la información	25
2.2	Análisis de proyectos similares (relación con el contexto)	37
3	Proyecto	46
3.1	Campaña Social.....	46
3.2	Criterios de diseño	47
3.3	Desarrollo de Bocetos o Artes Iniciales.....	58
3.4	Evaluación de artes iniciales	60
3.5	Desarrollo de propuesta gráfica inicial	64
3.6	Evaluación de propuesta grafica inicial.....	68
3.7	Desarrollo de propuesta gráfica definitiva	70
3.7.1	Boceto de personajes finales	71
3.7.2	Cromática de artes finales	75
3.7.3	Tipografía	75
3.8	Arte final de las piezas graficas.....	75
3.9	Proceso y materiales para impresión de artes finales en serigrafía	77
3.10	Implementación y verificación de las piezas graficas	85
3.11	Producto final.....	91
3.11.1	Brief.....	92
3.11.2	Estrategia Publicitaria	93
3.11.3	Material pop.....	94
3.11.4	Fase de desarrollo	99
3.11.5	Fase de evaluación	101
3.11.6	Presupuesto	101
4	Conclusiones y recomendaciones	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de conocimiento sobre las drogas	32
Tabla 2 Que reconocen como drogas y su significado	33
Tabla 3 significado de drogas	33
Tabla 4 Personas que influyen en la vida del adolescente	34
Tabla 5 Personajes preferidos por los alumnos	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Nivel de conocimiento sobre las drogas (7ª grado).....	32
Gráfico 2 Identificación de drogas reconocidas por los adolescentes.....	33
Gráfico 3 Palabras asociativas con drogas.....	33
Gráfico 4 Imágenes representativas en la toma de decisión (7º grado)	34
Gráfico 5 Superhéroes preferenciales (7º grado)	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Promedio de edad y drogas d mayor uso.....	20
Figura 2 Formato de encuesta a docentes	26
Figura 3 Formato de encuesta para Psicóloga.....	26
Figura 4 Pieza gráfica para redes sociales, prensa y publicidad exterior	39
Figura 5 Pieza gráfica para prensa y publicidad	40
Figura 6 Escena de video de la campaña	40

Figura 7 Tiro de postales	41
Figura 8 Retiro de las 4 postales	42
Figura 9 Afiche para 5k Manabí.....	44
Figura 10 Mapa para carrera 5k Cuenca.....	44
Figura 11 Camiseta para 5k	45
Figura 12 Interfaz página web.....	45
Figura 13. Elementos esenciales para la elaboración de una campaña publicitaria	46
Figura 14 Brief Creativo	47
Figura 15 Fuente tipográfica Siliwangi Engineering	48
Figura 16 Fuente tipográfica Impact.....	48
Figura 17 Colores identificativos de cada personaje.....	50
Figura 18 Cartel con el uso de la diagramación con yuxtaposición.....	51
Figura 19 Cartel de tipo formativo	51
Figura 20 Campaña de control de la tasa de alcoholemia y de consumo.	52
Figura 21 Carteles Butcher Billy	54
Figura 22 Carteles Butcher Billy	54
Figura 23 Carteles Butcher Billy	55
Figura 24 Foto impresa en serigrafía.....	56
Figura 25 Proceso de impresión en serigrafía.....	57
Figura 26 Visión a corta distancia	58
Figura 27 Boceto 1.....	59
Figura 28 Boceto2.....	59
Figura 29 Boceto 3.....	60
Figura 30 Desarrollo de personaje representante de la droga	65
Figura 31 Desarrollo de bocetos en base a modelo	66
Figura 32 Modelo para boceto	66
Figura 33 Desarrollo de bocetos en base a modelo.....	66
Figura 34 Modelo para boceto	66
Figura 35 Modelo para boceto	67
Figura 36 Desarrollo de bocetos en base a modelo.....	67
Figura 38 Desarrollo de ilustraciones.....	67
Figura 37 Desarrollo de ilustraciones.....	67
Figura 39 Desarrollo de ilustraciones.....	68
Figura 40 Desarrollo de nuevo personaje	71
Figura 41 Desarrollo de bocetos.....	72

Figura 42 Modelo para boceto	72
Figura 43 Desarrollo de bocetos.....	72
Figura 44 Modelo para boceto	72
Figura 45 Desarrollo de bocetos.....	73
Figura 46 Modelo para boceto	73
Figura 47 Modelo para boceto	73
Figura 48 Desarrollo de bocetos.....	73
Figura 49 Desarrollo de bocetos.....	74
Figura 50 Modelo para boceto	74
Figura 51 Desarrollo de bocetos.....	74
Figura 52 Modelo para boceto	74
Figura 53 Cromática de artes finales	75
Figura 54 Artes finales.....	75
Figura 55 Artes finales.....	75
Figura 56 Artes finales.....	76
Figura 57 Artes finales.....	76
Figura 58 Artes finales.....	76
Figura 59 Artes finales.....	76
Figura 60 Pruebas de revelado para impresión en serigrafía	80
Figura 61 Pruebas de revelado para impresión en serigrafía	80
Figura 62 Pruebas de revelado para impresión en serigrafía.....	81
Figura 63 Registro de color negro sobre paspartú	81
Figura 64 Registro de colores sobre paspartú	82
Figura 65 Producto final listo.....	83
Figura 66 Flash de secado por cada color.....	84
Figura 67 Camiseta producto final.....	84
Figura 68 Implementación de piezas graficas en la institución.....	85
Figura 69 Implementación de piezas graficas en la institución.....	85
Figura 70 Implementación y verificación de piezas graficas	86
Figura 71 implementación y verificación de piezas graficas	86
Figura 72 Formato de evaluación sobre funcionalidad de las piezas.....	87
Figura 73 Formato de evaluación de artes finales a rectora y docentes.....	89
Figura 74 Producto final	91
Figura 75 kit promocional.....	94
Figura 76 Material pop camiseta	95

Figura 77 Material pop camiseta	95
Figura 78 Material pop camiseta	96
Figura 79 Material pop camiseta	96
Figura 80 Material pop camiseta	97
Figura 81 Material pop camiseta	97
Figura 82 Material pop bolso	98
Figura 83 Materia pop posters	98
Figura 84 Material pop adhesivo	98
Figura 85 Desarrollo de campaña	99
Figura 86 Cronograma para desarrollo de campaña	100
Figura 87 Presupuesto de producción.....	101

RESUMEN

El diseño de campaña para prevenir el consumo de drogas, hace uso de la técnica de impresión en serigrafía, teniendo como propósito causar un mayor impacto en los adolescentes con la finalidad de concientizar sobre el uso y consumo de drogas ilícitas, un mal que va en aumento con el pasar del tiempo y afecta inicialmente a los adolescentes de 12 a 14 años.

Por medio de las piezas graficas desarrolladas para la difusión de la campaña se pretende disminuir el riesgo de consumo, mostrando gráficamente un mensaje claro y directo, usando una comunicación identificativa con los adolescentes y elementos que permitan un recuerdo perenne de la campaña.

Dentro de la campaña se hace uso de carteles formativos, estos están elaborados con la finalidad de generar actitudes, impacto en la conciencia y emociones en el receptor. Además, se usa un tono de comunicación informal lo que facilita la aceptación y crea inquietud en el adolescente.

Palabras claves

Campaña, drogas, diseño, concientizar, prevenir, medios de difusión, serigrafía, adolescentes, escuela

ABSTRACT

The campaign design to prevent the use of drugs, makes use of the technique of screen printing, with the purpose of causing a greater impact on adolescents in order to raise awareness about the use and consumption of illicit drugs, an evil that goes increase over time and initially affects adolescents from 12 to 14 years. By means of the graphic pieces developed for the dissemination of the campaign, the aim is to reduce the risk of consumption, graphically showing a clear and direct message, using an identification communication with the adolescents and elements that allow a perennial memory of the campaign. Within the campaign makes use of training posters, these are designed to generate attitudes, impact on the conscience and emotions in the receiver. In addition, an informal tone of communication is used, which facilitates acceptance and creates anxiety in the adolescent.

Key Words

Campaign, drugs, design, awareness, prevent, means of diffusion, serigraphy, teenagers, school

1 Introducción

El presente trabajo de titulación se genera basado en la necesidad de desarrollar una campaña que permita concientizar a los adolescentes del 7° grado de la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince” sobre el consumo de drogas ilícitas, situación a la que están expuestos desde los 13 a 14 años donde comienza su posibilidad de consumo debido a diferentes factores.

Por medio de las piezas gráficas desarrolladas para la difusión de la campaña se pretende disminuir el riesgo de consumo, mostrando gráficamente un mensaje claro y directo, usando una comunicación identificativa con los adolescentes y elementos que permitan un recuerdo perenne de la campaña.

Dentro de la campaña se hace uso de carteles formativos, estos están elaborados con la finalidad de generar actitudes, impacto en la conciencia y emociones en el receptor. Además, se usa un tono de comunicación informal lo que facilita la aceptación y crea inquietud en el adolescente.

Dentro del trabajo de titulación se presentan varias etapas relevantes para el desarrollo de la campaña. La primera etapa muestra la problemática que generó el deseo de realizar esta campaña, además se establece los objetivos generales y específicos del proyecto. Para el soporte de este trabajo se evidencia por medio de las diferentes investigaciones la necesidad existente para la creación del mismo.

En esta etapa se presenta las especificaciones previas al desarrollo del proyecto, se establecen los criterios de diseño, el concepto y creación de bocetos de los artes iniciales y a su vez la evaluación de estos. Luego

de validado el proceso se procede con el desarrollo de la propuesta gráfica inicial.

Iniciada la segunda etapa del proyecto, se desarrolla la línea gráfica definitiva más los artes finales y sus respectivas piezas gráficas, posteriormente se verifica y aplica la forma de implementación de las piezas gráficas y se procede a implementar y comprobar la efectividad del mensaje sobre la prevención del consumo de drogas.

1.1 Planteamiento del problema

El consumo de drogas a nivel general es un tema de preocupación social, si bien es cierto es un mal que afecta en todas las edades, el consumo de droga se inicia mayormente en la etapa de la adolescencia, dentro de la primaria y secundaria (Espada, Botvin, Griffin, & Méndez, 2003).

Los niños de primaria que están previamente por pasar a secundaria son conocidos como adolescencia temprana, su nueva etapa académica conlleva a varios desafíos, es en este periodo cuando muchos niños pueden estar expuestos a probar por primera vez sustancias ilegales que pueden causar vicios, sin olvidar el entorno en que viven donde los estupefacientes son de uso común (Medina-Mora, Ma. Elena, 2003).

El Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONSEP) en su última encuesta realizada en estudiantes de 12 a 17 años indica, que el promedio de edad que usan drogas oscilan entre los 13 y 14 años, considerando que de cada cinco adolescentes uno ya consume sustancias ilícitas. Según el informe, estas son las edades promedio y las drogas ilícitas de mayor uso a nivel nacional: (Yepez Diana, 2017)

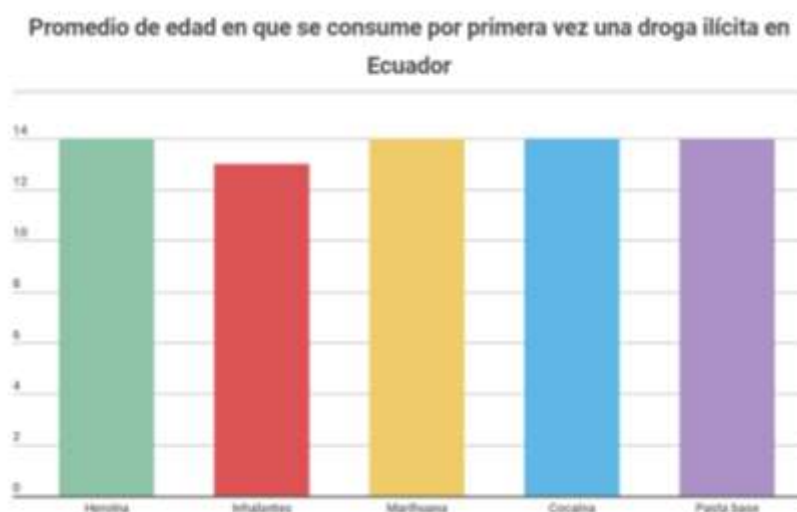


Figura 1 Promedio de edad y drogas de mayor uso
Fuente: (Yepez Diana, 2017)

Además, según el estudio realizado por las Naciones Unidas contra las drogas (Unodc) “existe suficiente información epidemiológica para sostener que los adolescentes son los más vulnerables al consumo de sustancias legales e ilegales, dado que su identidad se encuentra en un estado de formación”. También sostiene que todo parte del entorno familiar. “De repente el padre, madre, hermano o tío consume cualquier sustancia, y eso se va arrastrando como un mal ejemplo”.

Actualmente dentro de la escuela fiscal “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince” se efectúan campañas por parte del ministerio de educación, las cuales no manejan piezas gráficas de ningún tipo, se realizan a través de charlas informativas sobre los estupefacientes o también llamadas sustancias ilegales, así como también se llevan a cabo charlas motivacionales sobre valores y comunicación familiar. Según las autoridades del plantel es necesario implementar campañas que contengan un gran impacto visual, logrando concientizar de una manera más clara y directa a los alumnos del 7° grado.

Los Docentes además indican que el problema se suscita desde los exteriores, donde la toma de decisión de cada adolescente se basa en:

- La curiosidad por experimentar,
- El ambiente emocional y personal
- Manipulación de terceros

Por esta razón es necesario concientizar y prevenir a los jóvenes con el propósito de disminuir el consumo o modificar su decisión ya tomada, debido a que no hay posibilidad de erradicarlo, dado que detrás de un adolescente consumidor hay un expendedor o un manipulador, que ocupa un lugar importante en la realidad del adolescente como es el padre, madre, hermano o tío que arrastra con un mal ejemplo, por ello se debe desarrollar métodos o herramientas que informen e instruyan a los estudiantes, permitiendo identificar quien o que forma parte del peligro.

El diseño de la campaña de concientización planteada se basa en la implementación de una idea real que permita la identificación del sujeto manipulador en la toma de decisión de cada adolescente, así como también advertir a los jóvenes de los efectos peligrosos del consumo de estupefacientes, sustancias a las que están expuestos todos sin diferencia de edad, raza o posición social.

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1 Objetivo general

Diseñar campaña de prevención contra el consumo de drogas ilícitas para los estudiantes del 7° grado de la Escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince” de la ciudad de Guayaquil, utilizando la serigrafía como método de difusión y expresión.

1.2.2 Objetivos específicos

- Investigar el grado de conocimiento que tienen los estudiantes, por qué y para qué consumen drogas.
- Investigar, sobre técnicas de impresión en serigrafía, para establecer las principales acciones que deben ser difundidas en la campaña.
- Definir los pasos a seguir para la elaboración de campaña.
- Diseñar e implementar piezas de la campaña para evaluar al público objetivo.

2 Metodología de la investigación

2.1 Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación

Para el presente proyecto de titulación se aplica la investigación documental que consiste en la recopilación de información; libros, revistas, artículos, webs y proyectos de investigación; además se emplea la investigación descriptiva a través de la aplicación de la técnica de observación no participante, entrevistas a profundidad y grupo focal.

Para el proceso de investigación documental, se utiliza información de diferentes fuentes bibliográficas, así como también de la web; se hace uso de información relevante de diferentes sitios especializados en consumo y abuso de estupefacientes, para evidenciar datos relevantes sobre problemas y soluciones, permitiendo elaborar conclusiones apropiadas (Amador, 2011)

A través de la investigación de tipo cualitativo permite recolectar datos no numéricos, con el objetivo de conocer diferentes criterios y opiniones por medio de entrevistas y grupo focal (Acevedo, 2013).

Esta metodología se emplea en las entrevistas a la rectora, psicóloga y docentes de la institución educativa. Esta herramienta de investigación se la aplica previo a la realización de artes iniciales, para crear soportes que justifiquen una propuesta en base a las necesidades puntuales identificadas en la escuela Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince.

En base al modelo de investigación de Jazmine Escobar, para la elaboración del grupo focal se selecciona 8 estudiantes del 7° grado de la Escuela "Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince, siendo 4 mujeres y 4 hombres quienes permitan la recolección de información relevante para la elaboración del presente trabajo de titulación, así como también se hace uso de este tipo de investigación en los docentes de la institución.

En lo relacionado al método cuantitativo, se usa bancos de preguntas para comprobar de manera estadística una teoría permitiendo obtener el nivel de conocimiento, definiciones y criterios personales de los alumnos sobre las drogas, para elaborar criterios de diseño justificados por la necesidad existente. (VER ANEXOS)

2.1.1 Recolección de información sobre el cliente

La escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”, es creada en 1977 y toma su nombre por tributo a un insigne pediatra, se inaugura la institución en el mismo año con 80 estudiantes dentro de una infraestructura de caña construida en conjunto con los padres del sector.

En el año 1979 el consejo provincial del Guayas construye un bloque de cuatro aulas las cuales se inauguran formalmente con el nombre del Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince patrono de la institución.

En 1980 se lleva a cabo la construcción de dos aulas adicionales, con lo que logran completar la obra que necesita la comunidad. A cargo desde los inicios la Sra. Clementina Perez deja su puesto como rectora en el año 1986, colocando en reemplazo desde ese momento a la Lcda. Monica Cobas

Misión

Gestar y brindar una educación de calidad y calidez, orientada al desarrollo de las destrezas con criterios de desempeño necesarias para alcanzar en sus estudiantes el perfil de salida que propone la actualización curricular, como base para su formación integral y crítica con conciencia y compromiso social.

Visión

La Escuela de Educación Básica Fiscal “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince” n° 178” será una escuela garante de excelencia educativa en la cual sus estudiantes logren descubrir y desarrollar sus potencialidades intelectuales, afectivas, físicas, artísticas, morales y sociales, que les permita forjar su proyecto de vida, hacia la participación y promoción activa de los desafíos culturales, sociales y tecnológicos de la sociedad actual.

Dentro de la institución se constata la falta de información relevante, como elementos gráficos preventivos sobre el consumo de drogas o de cualquier índole. Debido al riesgo diario en el que están envueltos los adolescentes del 7º año se plantea la elaboración de una campaña de concientización basada en la implementación de una idea real que permita la identificación del sujeto manipulador en la toma de decisión de cada adolescente, así como también advertir a los jóvenes de los efectos peligrosos del consumo de drogas (estupefacientes), al que están expuestos todos sin diferencia de edad, raza o posición social.

2.1.2 Análisis, interpretación y organización de la información

Producto de las entrevistas efectuadas a las autoridades del plantel se detalla las conclusiones obtenidas de parte de las siguientes personas:

- Mónica Cobas Santacruz (Rectora)
- Fanny López (Psicóloga)
- Kennya Parrales (Docente)
- Irene Sanchez Pantoja (Docente)
- Gardenia Sotomayor (Docente)
- Ana Negrete (Docente)

FORMATO DE ENTREVISTAS PARA RECTORA Y PROFESORES DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

NOMBRE:

CARGO:

FECHA:

1. ¿Cómo cree usted que las drogas afectan al alumnado?
2. ¿Cuál es la razón por lo cual usted considera que los adolescentes caen en el vicio de las drogas?
3. ¿Qué tipo de drogas cree usted que son las más consumidas por los adolescentes?
4. ¿Por qué cree usted que es necesario informar a sus alumnos sobre las consecuencias que trae el consumo de drogas?
5. ¿Qué características considera que deba tener una campaña de prevención sobre el consumo de drogas para tener éxito dentro de su escuela?
6. ¿Cree Ud. Efectivos los mensajes usados en campañas sobre el consumo de drogas?

Figura 2 Formato de encuesta a docentes

Fuente: Elaboración propia

FORMATO DE ENTREVISTAS PARA PSICOLOGA DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

NOMBRE:

CARGO:

FECHA:

1. ¿Cómo cree usted que las drogas afectan al alumnado?
2. ¿Cuál es la razón por lo cual usted considera que los adolescentes caen en el vicio de las drogas?
3. ¿Qué tipo de drogas cree usted que son las más consumidas por los adolescentes?
4. ¿Por qué cree usted que es necesario informar a sus alumnos sobre las consecuencias que trae el consumo de drogas?
5. ¿Qué características considera que deba tener una campaña de prevención sobre el consumo de drogas para tener éxito dentro de su escuela?
6. ¿Cree Ud. Efectivos los mensajes usados en campañas sobre el consumo de drogas?
7. ¿Tiene conocimiento del tipo de entorno en el que vive el alumno?
8. ¿Existen controles o evaluaciones de tipo emocional del alumnado?

Figura 3 Formato de encuesta para Psicóloga

Fuente: Elaboración propia

Las conclusiones se detallan en base a la respuesta sobre las diferentes interrogantes de la entrevista.

¿Cómo cree usted que las drogas afectan al alumnado?

Desde el punto de vista profesional del docente, se indica que el consumo de drogas en la adolescencia genera problemas físicos y mentales, por lo cual un joven adolescente con trastornos de consumo es más probable que muestre deficiencia en su aprendizaje, un bajo estado de ánimo acompañado de trastornos de conducta y ansiedad.

El uso y abuso de drogas en la etapa de la adolescencia puede tener consecuencias graves como el fracaso escolar, ruptura del vínculo familiar o social, por lo cual se analiza la necesidad de que los jóvenes en su etapa final de primaria analicen e identifiquen los riesgos a los que están expuestos según su entorno social o familiar, siendo ellos los dueños de su toma de decisión pero teniendo claro que ellos son el objetivo y la tercera persona el manipulador o medio hacia su toma de decisión de consumo.

El consumo de drogas provoca en los jóvenes una complicada relación con su entorno, llevándolos de esta manera a la vulnerabilidad que como resultado logra que tomen malas decisiones, para luego convertirse también en el influenciador de otro adolescente, llegando de esta manera a formar un círculo vicioso.

¿Cuál es la razón por lo cual usted considera que los adolescentes caen en el vicio de las drogas?

Los docentes han indicado que el consumo de drogas en los adolescentes se debe al entorno disfuncional en el que viven, así como también el alto grado de curiosidad producto de su etapa adolescente y su falta de autonomía en la toma de decisiones.

Estos factores juegan un rol muy importante en cada adolescente, ya que su principal ejemplo a seguir son sus padres o su entorno familiar lo que causa una gran influencia positiva o negativa en los jóvenes, seguido de su curiosidad que lleva al adolescente de una manera rápida a querer experimentar o vivir cosas diferentes que previamente han tomado como ejemplo de su mismo entorno.

Dentro de los factores de riesgo se detallan también:

Problemas familiares: el adolescente al tener que vivir en un entorno de crisis busca huir u olvidar, colocándolo en una posición vulnerable hacia los riesgos como el consumo. Estas adicciones se generan por situaciones como: incompreensión, falta de comunicación y agresión intra-familiar.

¿Qué tipo de drogas cree usted que son las más consumidas por los adolescentes?

La respuesta fue muy puntual, las drogas preferidas de los adolescentes es la cocaína debido al efecto estimulante que genera, la marihuana por su efecto de somnolencia muy evidente y la H, una droga preferida por su bajo costo y su gran sensación de vuelo.

Esta respuesta confirma que las drogas más reconocidas y consumidas son las sustancias ilegales o también llamados estupefacientes, las mismas son consumidas en mayor porcentaje no por existir, sino simplemente por ser asequibles debido a su bajo costo o su poco control para obtenerlas, ya que sin necesidad de tener una mayoría de edad siempre habrá una persona que la proporcione fácilmente.

¿Por qué cree usted que es necesario informar a sus alumnos sobre las consecuencias que trae el consumo de drogas?

Los criterios planteados por las docentes indican que es necesario prevenir a los adolescentes, no por erradicar el consumo, pero si para disminuirlo, esto consiste en lograr que cada estudiante identifique que llevados por la curiosidad son influenciados por su mismo entorno como un hermano, un tío o cualquier familiar. Estos ejemplos a seguir manipulan sus decisiones.

La prevención debe crear una sociedad adolescente libre de adicciones y fortalecidos en su toma de decisión, educando de cierta manera que permita que cada adolescente identifique el riesgo y que con conocimiento claro pueda tener una buena elección.

¿Qué características considera que deba tener una campaña de prevención sobre el consumo de drogas para tener éxito dentro de su escuela?

Dentro de las respuestas han sido muy claras al indicar que es incentivador y necesario el manejo de una campaña creativa y colorida, que conste con personajes reconocidos o de moda y un concepto que evidencie las consecuencias o su entorno manipulador. Además, debe tener un mensaje claro y directo el cual pueda ser recordado a largo plazo por los estudiantes de la escuela.

En conclusión, es necesario llegar a cada adolescente tal como ellos escuchan.

¿Cree usted efectivos los mensajes usados en campañas sobre el consumo de drogas?

Las respuestas de los docentes han enfatizado en que los mensajes utilizados en diferentes campañas, no son correctos o lo suficientemente claros y directos para poder llegar a los adolescentes quienes ya cuenta con una mentalidad más abierta. Además, se debe mostrar gráficamente un mensaje asociativo y a la vez real, haciendo uso de palabras claves y elementos de fácil reconocimiento que provoquen un impacto visual que sea recordado a largo plazo.

¿Tiene conocimiento del tipo de entorno en el que vive el alumno?

La Psicóloga indica que gracias a las cartillas de inscripción de los estudiantes y por ser alumnos que comenzaron la primaria en la institución se puede saber con certeza que un 60% de los alumnos viven en un entorno familiar disfuncional, es decir, con padres separados, madres solteras y también con abuelos o tíos por tener padres emigrantes.

¿Existen controles o evaluaciones de tipo emocional del alumnado?

No se elaboran evaluaciones emocionales como tal, tan solo se realizan charlas o campañas motivacionales, con la finalidad de mantener una buena actitud y predisposición en los jóvenes.

Conclusiones

Los docentes dentro de las preguntas efectuadas exponen diferentes criterios relevantes para el desarrollo del mensaje y piezas gráficas.

- Indican que el consumo de drogas en los adolescentes provoca un deterioro físico, mental y una complicada relación con su entorno, situación que provoca la vulnerabilidad de los adolescentes.
- Los problemas de consumo se originan desde el entorno familiar o social, lo que provoca que por naturaleza el adolescente siga el ejemplo de su entorno, tanto positivo como negativo, mostrando también su falta de autonomía en la toma de decisiones.
- Se evidencia que un 60% de los estudiantes viven en un entorno disfuncional que está compuesto por padres separados, emigrantes, tíos o abuelos.
- Se define que realmente no se puede erradicar el consumo, tan solo es posible disminuirlo, esto por medio de un mensaje que permita al adolescente identificar el sujeto manipulador que influye en su toma de decisión o proporciona directamente la droga.
- Se establece que los mensajes y gráficas deben ser tal cual ellos lo ven o lo escuchan, manejando de esta manera una pronta identificación con el alumno.

Con la colaboración de los docentes se ha podido definir que dentro de las propuestas graficas se debe hacer uso de personajes épicos que forman parte ya del conocimiento popular, por lo que gracias a esta conclusión se procederá a la consulta con los adolescentes para establecer los personajes exactos a utilizar dentro del presente trabajo de titulación.

Análisis de encuesta a niños de 7° grado

La totalidad de estudiantes del 7° grado de la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince” es de 32 niños, debido a la cantidad manejable de estudiantes se procede a encuestar al curso en su totalidad, por este motivo

no es necesario utilizar una fórmula para extraer una muestra representativa.

¿Conoces lo que son las drogas?

Tabla 1 Nivel de conocimiento sobre las drogas
Elaboración propia

OPCIONES	FRECUENCIA	%
NO	12	37,50%
SI	20	62,50%

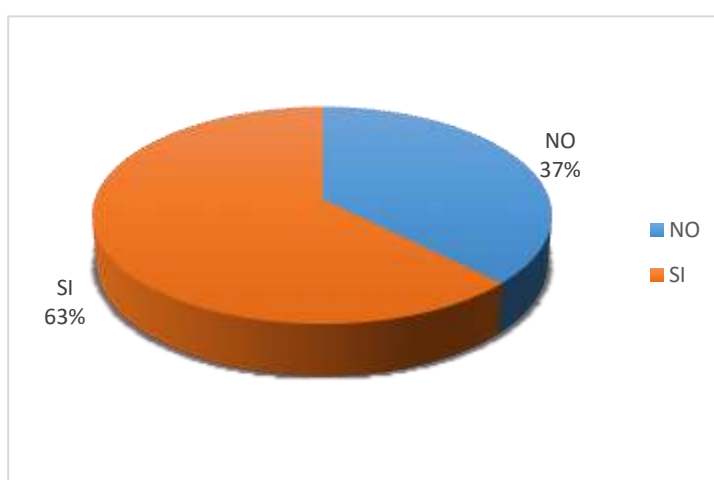


Gráfico 1 Nivel de conocimiento sobre las drogas (7ª grado)
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la pregunta realizada para saber el nivel de conocimiento de los alumnos, se obtiene que en un (63%) conocen lo que son las drogas, mientras que un (37%) indican no conocer lo que son las mismas. Por lo tanto, aunque el nivel de conocimiento sobre las drogas fue suficiente, la mayoría de adolescentes tienen problemas con su toma de decisión. Por esto se determina que aún existe vulnerabilidad, además permite confirmar la necesidad de una campaña preventiva.

¿Para ti que son las drogas?

Tabla 2 Que reconocen como drogas y su significado
Elaboración propia

OPCIONES	FRECUENCIA	%
POLVO	23	72%
PLANTA	9	28%

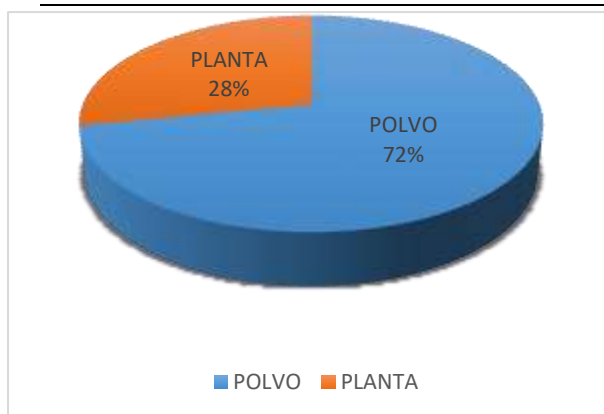


Gráfico 2 Identificación de drogas reconocidas por los adolescentes

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 significado de drogas
Elaboración propia

OPCIONES	FRECUENCIA	%
DESTRUCCIÓN	9	28%
DAÑO	8	25%
MALO	5	16%
VENENO	3	9%
OSCURIDAD	1	3%
MUERTE	6	19%

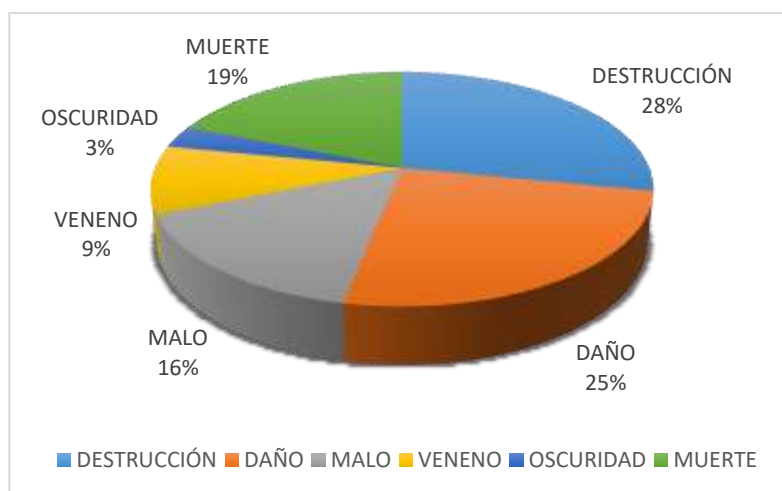


Gráfico 3 Palabras asociativas con drogas

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que el (72%) de los niños identifican como drogas a las sustancias ilegales, las mismas que son de fácil acceso, por lo tanto, se confirma el enfoque de la campaña hacia la prevención del consumo de drogas ilícitas.

Estos resultados también han permitido conocer las palabras con las cuales asocian o describen las drogas, en totalidad su asociación es con términos negativos. En base a sus respuestas se toma en consideración para la elaboración de graficas identificativas dentro de los artes.

¿Quién te recordaría que no debes consumir drogas? Escoge 2

Tabla 4 Personas que influyen en la vida del adolescente
Elaboración propia

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Abuela (o)	7	10,94%
Amigo (a)	1	1,56%
Familia	13	20,31%
Mamá	24	37,50%
Papá	17	26,56%
Otro	2	3,13%

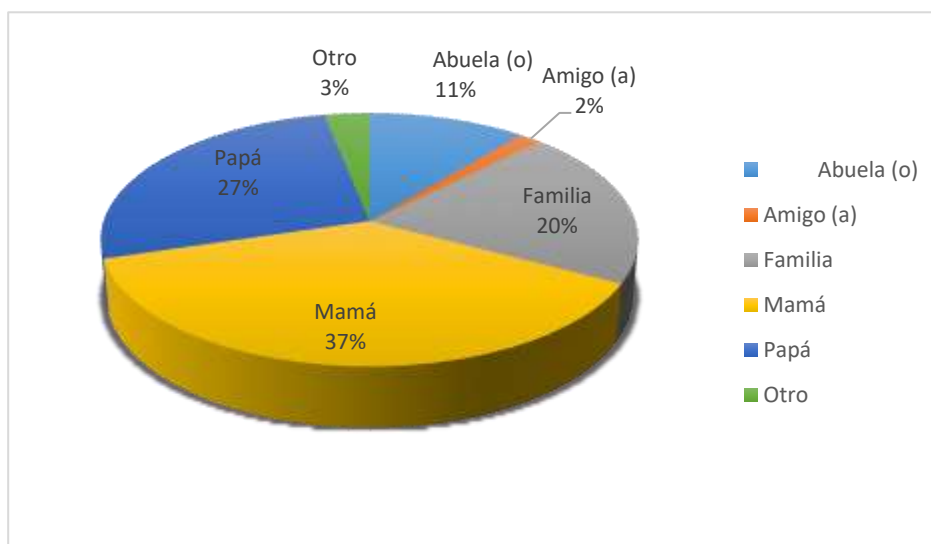


Gráfico 4 Imágenes representativas en la toma de decisión (7° grado)
Fuente: Elaboración propia

Los estudiantes han indicado en un 37% que su principal figura modelo o de pensamiento es la madre, seguido del padre y la familia en su

totalidad, evidenciando que los miembros de familia son el factor influyente en la toma de decisión de cada adolescente, confirmando así la información antes recabada para la elaboración el presente proyecto de titulación.

¿Qué superhéroes te gustan más? Escoge 2 opciones

Tabla 5 Personajes preferidos por los alumnos
Elaboración propia

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Superman	6	9%
Iroman	1	2%
Spider-man	7	11%
Batman	6	9%
Flash	10	16%
Capitán América	3	5%
Hulk	2	3%
Mujer maravilla	16	25%
Thor	7	11%
Linterna verde	5	8%
Robín	1	2%
Ciclope	0	0%

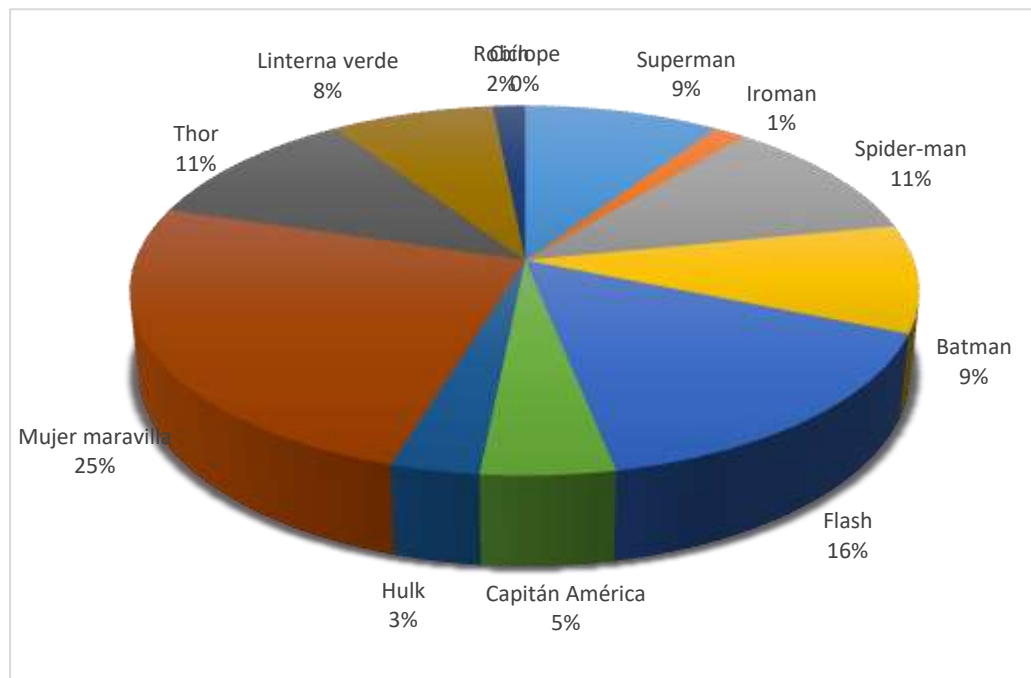


Gráfico 5 Superhéroes preferenciales (7° grado)

Fuente: Elaboración propia

El objetivo de la pregunta, es saber las preferencias sobre los personajes de superhéroes, permitiendo el uso de estos para la elaboración de las propuestas gráficas del presente trabajo de titulación.

Dentro de los personajes con mejor acogida se encuentran:

- Superman
- Spider man
- Thor
- Mujer maravilla
- Flash
- Batman

Conclusiones encuestas a niños de 7° grado

Los estudiantes del séptimo grado responden a la encuesta con criterios que permitieron establecer las siguientes conclusiones.

- Se maneja un conocimiento sobre las drogas de manera muy superficial, es decir los adolescentes que oscilan entre 12 y 13 años de edad asocian este problema con destrucción, daño o muerte, pero sin tomar en consideración que el primer daño lo genera la persona que proporciona este tipo de ejemplo o de sustancias. Las palabras reconocidas conceptualmente por el adolescente son claves para el manejo de mensajes y la caracterización del diseño dentro del presente trabajo de titulación.
- Se identifica que reconocen como drogas a los polvos y plantas conocidas como sustancias estupefacientes o ilegales.

- No reconocen la totalidad de los daños causados por el consumo, por lo tanto, se evidencia la necesidad de plasmar una idea que les permita identificar los verdaderos daños que causan las drogas y las personas que lo proporcionan e influyen en su decisión.
- Se identifica notablemente que las personas más influyentes o ejemplos a seguir provienen de su núcleo familiar lo que provoca una falta de autonomía en su toma de decisión, dejando más probabilidad de consumo en la etapa de colegio.
- Se definen los personajes a utilizar en el presente proyecto, la selección de superhéroes según las preferencias de los adolescentes se debe a que es una figura positiva y gratificante con la que el niño o adolescente se identifica para afrontar las dificultades que se le presenten. Por lo tanto, es el mejor elemento para mostrar que de las drogas y de las personas que manipulan y los llevan al consumo nadie se salva.

2.2 Análisis de proyectos similares (relación con el contexto)

Se analiza tres propuestas de campañas seleccionadas con la finalidad de extraer diferentes criterios, los cuales están siendo utilizados en la elaboración de la propuesta de campaña preventiva para la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”, sin embargo, no se evidencia trabajos con iguales características a las del presente proyecto, por lo que se considera los diferentes conceptos creativos y la forma de abordar el tema sobre el consumo de drogas.

Campaña: #CONSTRUYE

Slogan: “Cuantas más cosas construyas en tu vida, menos espacio dejarás a las drogas”

Procedencia: España, 2015

Target: jóvenes de 14 a 25 años

Fecha de vigencia de campaña: marzo 2015 – junio 2015

Esta campaña elaborada por la agencia Publicis y publicado por la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción) como proyecto de prevención, el mismo que tiene como objetivo sensibilizar a jóvenes sobre la importancia de su formación como personas, esto con el propósito de no ser tan vulnerables al consumo de drogas.

La propuesta de campaña gira en torno al concepto creativo #CONSTRUYE, es decir invita a los jóvenes que se construyan como personas autónomas y no dependientes de ninguna sustancia que afecte su futuro profesional, sus relaciones sociales e incluso familiares.

Medios de difusión

La campaña creativa fue difundida mediante 2 spots, 2 piezas gráficas para redes, 2 cuñas de radio más una gráfica para prensa y publicidad exterior.

A continuación, se muestran las formas en las que se expone la campaña con el propósito de llegar a su público objetivo:



Figura 4 Pieza gráfica para redes sociales, prensa y publicidad exterior
Fuente: (Fad, 2015)

Las piezas de la campaña se encuentran elaboradas en base a una técnica de ilustración tipo acuarela que se caracteriza por ser práctica, permitiendo la creación de grandes detalles en la ilustración, además da la facilidad de colorear de manera suave aplicando degradés e incluso algo más sólido con contornos. Para la elaboración de este tipo de diseño frecuentemente se emplea acuarelas, obteniendo colores y difuminados impecables, dejando ver que el uso de esta técnica tiene como finalidad presentar un producto artístico y sutil.

El personaje para comunicar el concepto de campaña es la ilustración de una figura femenina con una cámara, la cual está apoyada con un texto que indica; construye tu pasión lo que en complemento comunica un mensaje positivo hacia la proyección futura de los jóvenes.

En lo que respecta a la información obtenida de esta campaña, se considera tomar como referencia la diagramación minimalista de los artes para la aplicación en las propuestas iniciales del presente proyecto.



Figura 5 Pieza gráfica para prensa y publicidad
Fuente: (Fad, 2015)



Figura 6 Escena de video de la campaña
Fuente: (Fad, 2015)

Campaña: Con drogas no es lo mismo...

Slogan: “Con drogas no es lo mismo, no entres en esas”

Procedencia: Uruguay, 2005

Target: público adolescente

Este proyecto elaborado por Juan Sartore, responsable del concepto creativo y por Diego Tapié ilustrador de las piezas gráficas, con la finalidad de concursar en la campaña de ayuda social denominado “24 horas contra las drogas” y con la organización de la Universidad ORT Uruguay y Alianza para un Uruguay sin Drogas, con el apoyo de la embajada de Estados Unidos.

La campaña tiene como objetivo prevenir el consumo de drogas, concientizando a jóvenes sobre sus efectos, causando un impacto visual mediante el uso de figuras conocidas por todos como superhéroes.

Medios de difusión

La campaña creativa está compuesta por 4 postales diseñadas por sus dos lados.

A continuación, se muestran las formas en las que se expuso la campaña con el propósito de llegar a su público objetivo:



Figura 7 Tiro de postales
Fuente: (Tapié, 2005)

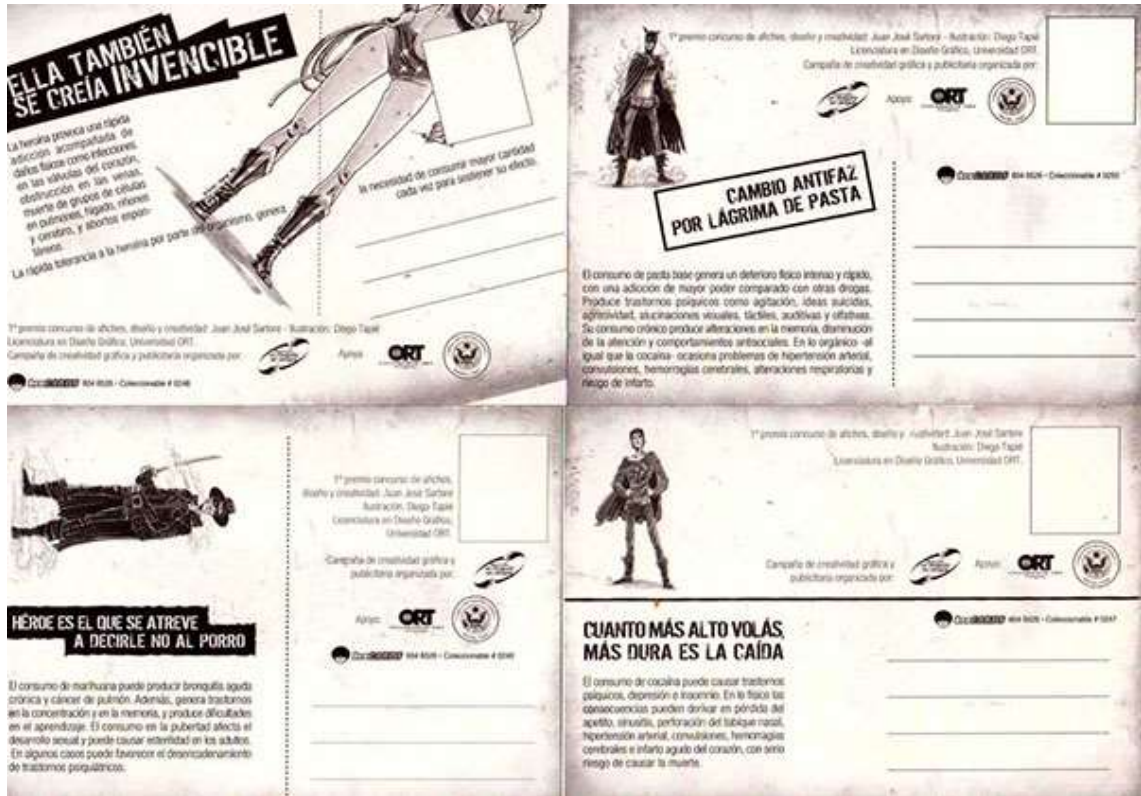


Figura 8 Retiro de las 4 postales
Fuente: (Tapié, 2005)

Los diseños de las piezas de campaña se elaboran con una técnica de ilustración tipo comic, la cual permite plasmar las figuras de forma similar a una película de cine y cuenta una historia con personajes plenamente caracterizados por el autor.

Para la elaboración de cada postal se usa una diagramación simple colocando 1 personaje por postal, aplicando colores identificativos de cada personaje con un fondo en degradé gris, además realizan apoyo de la gráfica colocando un nombre singular para cada personaje y un texto en la parte inferior.

En conclusión, se considera tomar la idea creativa y el estilo de ilustración para el desarrollo del presente trabajo de titulación, evidenciando que el público adolescente al que se enfoca identifica de manera fácil cada personaje debido al contacto frecuente con imágenes de superhéroes. Estos serán escogidos según preferencias de cada estudiante del 7° grado de la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”.

Campaña: “YO VIVO”

Procedencia: Ecuador, 2012

Target: público en general

Esta campaña es elaborada por la Policía Nacional del Ecuador, a través de la Dirección Nacional Antinarcóticos, lanzada también en El Salvador, Guatemala, Paraguay, Panamá y Perú el proyecto tiene como propósito prevenir el uso de drogas. La leyenda “YO VIVO” ha promovido varios programas y actividades a nivel nacional, logrando la masificación en los centros educativos.

Se indican variantes de la campaña:

- “Yo vivo mi pasión sin drogas”
- “Yo vivo mis estudios sin drogas”
- “Yo vivo mi música sin drogas”
- “Yo pinto mis sueños sin drogas”
- “Yo vivo mi colegio libre de drogas “
- “Yo vivo mi deporte sin drogas”
- “Yo vivo mi colegio preventivo”

La campaña “**YO VIVO SIN DROGAS**”, está orientada hacia acciones preventivas mediante procesos de capacitación, eventos deportivos y sociales, además de, generar alianzas estratégicas institucionales, que permitan la suma de entidades públicas y privadas en las iniciativas para prevenir el consumo de drogas.

El objetivo de la campaña “Yo vivo”, es desarrollar múltiples actividades que motiven a las personas, a tomar decisiones asertivas para sus vidas y, que además tengan nuevas visiones en el aprovechamiento de las oportunidades (Policia del Ecuador, 2017)

Medios de difusión

La campaña creativa es desarrollada mediante camisetas, afiches, mapa de carrera 5k y una página web.

A continuación, se muestran las formas en las que se expuso la campaña con el propósito de llegar a su público objetivo:



Figura 9 Afiche para 5k Manabí
Fuente: (MinisteriodelInterior, 2007)



Figura 10 Mapa para carrera 5k Cuenca
Fuente: (MinisteriodelInterior, 2007)

El diseño de las piezas de campaña ha sido elaborado a base de ilustraciones planas, con colores identificativos del país y sus derivados, el afiche es de tipo comunicativo por lo que consta de mucha información

referente a la actividad realizada. La elaboración del mapa se maneja bajo el mismo esquema de diseño, utiliza de manera pronunciada el logo más su texto de apoyo.

En lo que respecta a la información de la campaña, se toma como referencia el estilo de tipografía sans serif, para ser utilizadas en el presente proyecto de titulación.



Figura 11 Camiseta para 5k
Fuente: (MinisteriodelInterior, 2007)



Figura 12 Interfaz página web
Fuente: (MinisteriodelInterior, 2007)

3 Proyecto

Para la elaboración de la campaña de concientización para prevenir el consumo de drogas se ha tomado como referencia los pasos a seguir del libro de la Lcda. en publicidad y relaciones públicas Sandra Vilajoana Alejandre, donde indica que los elementos esenciales para una campaña publicitaria son:

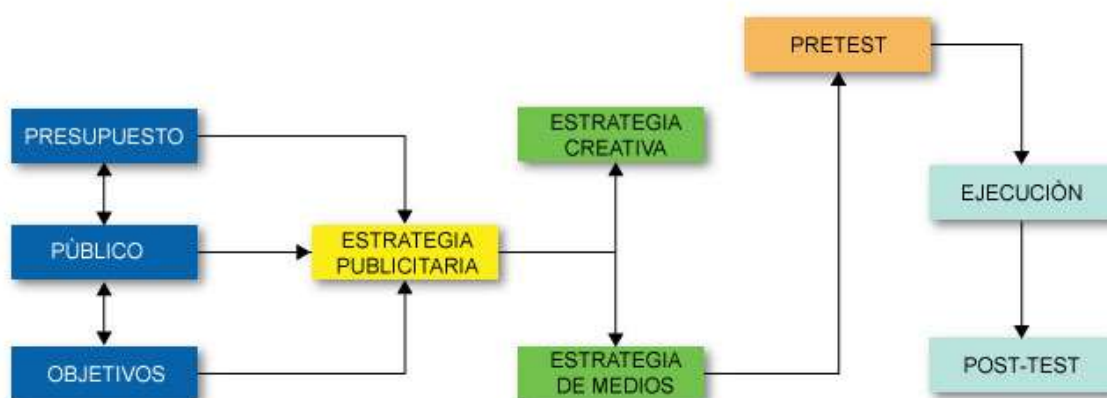


Figura 13. Elementos esenciales para la elaboración de una campaña publicitaria
Fuente: (Vilajoana, 2014)

3.1 Campaña Social

La campaña social para prevenir el consumo de drogas en adolescentes del 7° grado de la institución educativa “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”, se desarrolla con la finalidad de ayudar a disminuir el porcentaje de consumo en jóvenes de 12 a 13 años, público vulnerable en inicio de la etapa colegial.

A través de esta campaña se propone dar a conocer el sujeto manipulador en la decisión de consumo o el facilitador de la misma en forma directa, así como también mostrar en la gráfica los resultados físicos producto del consumo y malos ejemplos del entorno.

3.2 Criterios de diseño

Para establecer adecuadamente los criterios de diseño, se toma en consideración la metodología aplicada en lo que respecta entrevistas, análisis de la información y proyectos similares, esto para definir tipografía, cromática, estilo de ilustración y souvenirs a utilizar dentro de la campaña.

El presente proyecto está compuesto por 6 piezas principales en medidas 42 x 29,7 cm, estas serán presentadas en forma de carteles a base de la técnica de impresión serigráfica.

Tipografía

Cada cartel cuenta con un copy, el mismo que se escribe con dos fuentes tipográficas “Siliwangi Engineering” e “Impact” esta pertenece a la familia de las Sans Serif, la cual se caracteriza por no tener remates o terminales, sus vértices son rectos y sus trazos uniformes. Este tipo de tipografía permite causar impacto y a la vez transmite modernidad, seguridad, neutralidad o minimalismo. Además es considerada una tipografía perfecta para textos cortos en formatos grandes, como carteles y titulares que deban ser leídos a distancia (Flores, 2014)



Figura 95 Fuente tipográfica Siliwangi Engineering
Fuente: (Dafont, 2017)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!@#\$%^&*()_+ -= [] {} ; : ' " \ | / . ,

Figura 96 Fuente tipográfica Impact
Fuente: (Blake, 2012)

Cromática

La gama de colores que se aplica en las ilustraciones, se basa en la elección cromática del artista creador de cada superhéroe, que de acuerdo a la investigación previa se ha establecido que serán:

Superman, Spider-man, Batman, Flash, Thor y la Mujer maravilla

El color de cada personaje es mucho más que el atractivo visual, puede aportar sensaciones, dinámica y equilibrio. Es por esto que se define que los superhéroes en su gran mayoría cuentan con dos colores principales y un color secundario, adicional al negro que es utilizado principalmente para resaltar.

Dentro de los superhéroes más destacados como son Superman, Thor, Spider-man y la mujer maravilla se evidencian los colores rojo y azul, lo cual define audacia, pasión y valentía, mientras que el azul otorga profundidad, sabiduría y confianza.

Otra de las combinaciones evidenciadas son los colores primarios rojo y amarillo, identificativos de flash, mismo que expresa la energía del color rojo y la seguridad que el amarillo transmite.

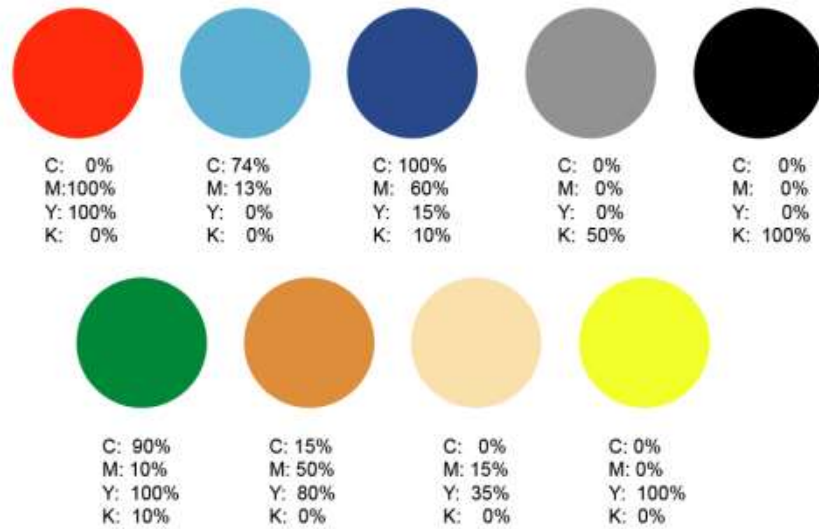


Figura 97 Colores identificativos de cada personaje
Fuente: Elaboración propia

El gris y el azul es una combinación para el uso de Batman, sin dejar de lado los detalles en amarillo con los que cuenta. Las aplicaciones de colores también están en el cabello de cada superhéroe, por lo que se corrobora que el pelo negro añade misterio, mientras que el amarillo transmite energía positiva (Arteneo, 2014)

Diagramación

Tomando como referencia las técnicas de diagramación de Butcher Billy, se aplica para el presente proyecto la yuxtaposición, misma que esta derivada del latino iuxta (“junto a”) y positio (“posición”), esta es la acción y efecto de yuxtaponer, es decir colocar algo junto a otra cosa.

Partiendo de este criterio se debe señalar que el uso en el campo del diseño se da para indicar la relación que existe entre dos o más objetos cuando se topan sin interferir uno con otro (Perez & Merino, 2010)

La diagramación de cada cartel se basa en colocar el copy en la parte inferior logrando una jerarquía visual al variar la forma, el tamaño y grosor del texto.



Figura 99 Cartel con el uso de la diagramación con yuxtaposición.
Fuente: (Daluz, 2017)



Figura 98 Cartel de tipo formativo
Fuente: (Sonora, 2011)

Además, se debe tomar en consideración que al ser un cartel de tipo formativo la imagen tiene una predominación sobre el texto, el mensaje es expresado gráficamente en forma clara y con apoyo de un corto texto que permita dar énfasis en la idea. Con este tipo de diagramación se busca que la imagen posea una fuerza necesaria para captar la atención del observador, accediendo a su memoria y formando un recuerdo que le permita identificar la escena en cualquier situación.

Cartel Formativo: es utilizado como medio para generar actitudes y un fuerte impacto en la conciencia y emociones del receptor, así como también hace uso del texto para despertar la inquietud del individuo. (Aguilar, 2013)

Concepto general del mensaje

Los mensajes de cada pieza gráfica están enfocados en la prevención, es decir son el tipo de lenguaje que previene al lector de lo que podría suceder, generando una advertencia que permita tomar conciencia en decisiones erradas. Este tipo de mensaje también se acompaña de una imagen concreta que muestre la realidad de un posible futuro (Valdés, 2012)

Partiendo del criterio planteado anteriormente y de la investigación previa se elabora el mensaje “así te atacan las drogas” que sirve de apoyo a las gráficas de cada cartel, el mensaje contiene una asociación con la imagen lo que provoca un fácil reconocimiento de la posible realidad.



Figura 100 Campaña de control de la tasa de alcoholemia y de consumo.
Fuente: (Vigoalminuto, 2015)

Estilo de Ilustración

Se hace uso del estilo pop art debido a su gran carga visual y su lenguaje figurativo, para su elaboración se emplea la impresión en serigrafía más la técnica en yuxtaposición, se debe recalcar que cada autor crea una identidad a base de su estilo personal.

El Pop art o arte pop nace en el siglo XX, el mismo se crea debido al expresionismo artístico que era la novedad del momento, este arte estuvo inicialmente en la ciudad de Londres, en donde surge a mediados de los años 50, mientras que en Estados Unidos aparece a finales de la época, para luego pasar a Canadá y Europa.

Este estilo llega a tener mayor acogida en la década de los 60, donde logra enfocarse principalmente en imágenes y objetos populares fáciles de identificar y reconocer. El pop art contiene características según el país en el que se aplique, sin embargo, determinan que este arte tiene un vínculo con la cultura estadounidense desde cualquier ángulo en el que se le aprecie.

En la actualidad este estilo sigue siendo muy utilizado en diferentes artes, convirtiéndose en creaciones reconocidas y llamativas por el uso de predominantes formas y una fuerte paleta de colores (Paula, 2013)

Referentes

Ilustraciones y Diseños de Carteles por Butcher Billy

Billy Mariano da Luz es un ilustrador brasileño, graduado en Diseño Gráfico de la Universidad Católica de Paraná, en Brasil. Además, es un director creativo en una agencia digital (Daluz, 2017). Butcher Billy es el seudónimo del artista quien se define como el carnicero de la cultura pop, el cual la divide para luego fusionarla con la finalidad de crear algo nuevo, convirtiendo películas antiguas, artistas icónicos, héroes y villanos de DC Y Marvel en ilustraciones innovadoras y apasionantes (Lorenzo, 2017)

En el 2012 es cuando el arte gráfico de Butcher Billy se hizo viral logrando atraer la atención de distintos medios como revistas, periódicos y otros autores en los que se destacan Rolling Stone, Vanity Fair, Wired, The Observer, y MTV. Las creaciones de este artista han estado en libros sobre

ilustración y comic, así como también camisetas, display, murales de grafitis y galerías de artes (Miranda, 2016)

"Me gusta crear libremente y luego darme cuenta de que algunas piezas de una obra de arte están influenciadas por el humor de una película de Tim Burton, las pinceladas de una pieza de Salvador Dalí, con una banda sonora de un álbum anterior de David Bowie", dice (Daluz, 2017)

El estilo de este ilustrador es simple, inicialmente elabora cada idea en servilletas de bares o de cualquier lugar, para luego digitalizarlos y colocar impacto haciendo uso de una paleta de colores básicos y de formas fuertes (Daluz, 2017)

Billy Mariano da Luz utiliza el arte pop como estilo para cada ilustración, es un artista postmoderno con obras de sentido irónico y humorístico, se alimenta de las tipografías y conceptos de los años 70s, 80s y 90s, en su gran mayoría hace uso de la forma estética del comic y de una paleta de predominantes colores dándole a cada obra una inspiración de frescura y nostalgia (Lorenzo, 2017)



Figura 102 Carteles Butcher Billy
Fuente: (Lorenzo, 2017)

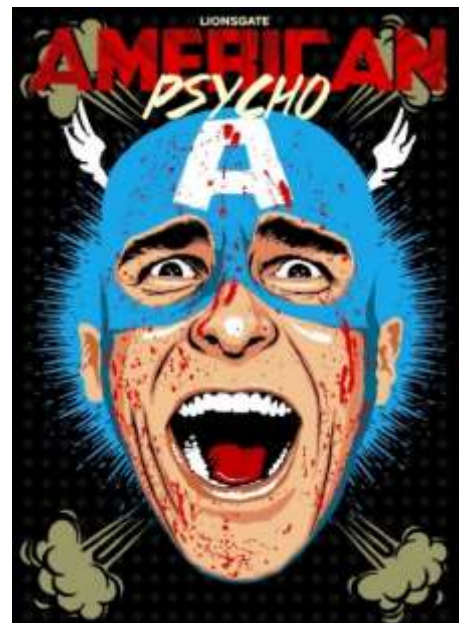


Figura 101 Carteles Butcher Billy
Fuente: (Daluz, 2017)



Figura 103 Carteles Butcher Billy
Fuente: (Daluz, 2017)

Técnica de impresión

Se emplea la técnica de impresión serigráfica, la misma que se cree proviene de la Antigua China a comienzos de los años XX, esta técnica fue una de las primeras usadas en la elaboración de anuncios publicitarios en Estados Unidos, para luego ser utilizada por diferentes artistas como medio de expresión.

La serigrafía es un proceso que permite revelar una imagen para luego estampar mediante tintas y mallas en diferentes tipos de materiales, este método permite realizar repeticiones sin que pierda su calidad inicial.

El procedimiento se da al transferir tinta mediante una malla tensada en un marco. Las áreas que no se usan para estampar son obstruidas con un barniz que evite el cruce de la tinta, luego se hace presión para que imprima la superficie que se usara.

Actualmente, el método de impresión serigráfica permite imprimir sobre casi cualquier superficie deseada como: telas, papel, cerámica hasta metal, también permite desarrollar obras de arte, fabricar calcomanías y

decorar cristales. Por esta razón a diario se puede ver camisetas, botellas, carteles y hasta cuadros decorados a base de la técnica serigráfica (Perez & Gardey, Definicion, 2014)

Es por esto, que para la elaboración del presente proyecto se hará uso de la técnica de impresión serigráfica, debido a su concepto artístico y al fácil acoplamiento con el estilo pop art.



Figura 104 Foto impresa en serigrafía
Fuente: (Buevas, 2012)

PROCESO DE SERIGRAFÍA

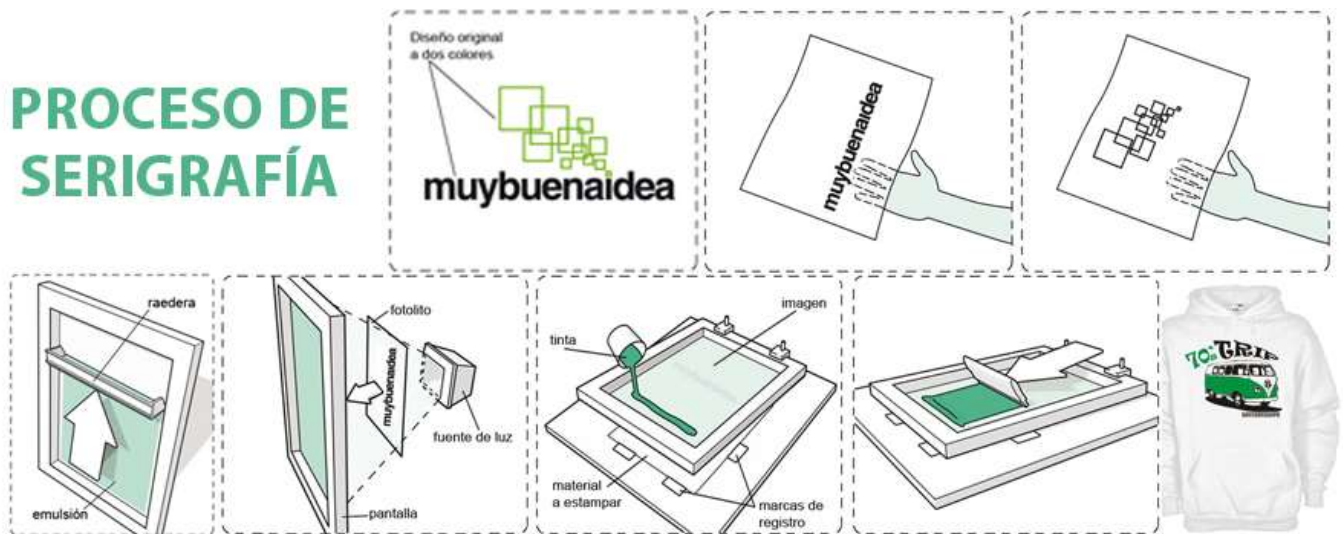


Figura 105 Proceso de impresión en serigrafía
Fuente: (Diaz, 2014)

Formato

Para establecer el formato a utilizar en la elaboración de los artes principales se verifica el espacio para la visualización de los mismos, lo que indica que dentro de la institución se cuenta con aulas de un espacio de 6 x 8 m. aproximadamente, los resultados evidencian que se tiene una visión a corta distancia.

Por lo antes mencionado dentro de este trabajo de titulación se aplica el formato A2 (42 x 29,7 cm) en base a los criterios de legibilidad que indican que la visión a corta distancia es considerada para espacios que tengan menos de 10 m., por lo que el tamaño del cartel debe ser pequeño y su colocación con respeto al suelo debe tener 1,5 y 2,5 m. adecuándose a la fácil visualización. (Martinez, 2015)

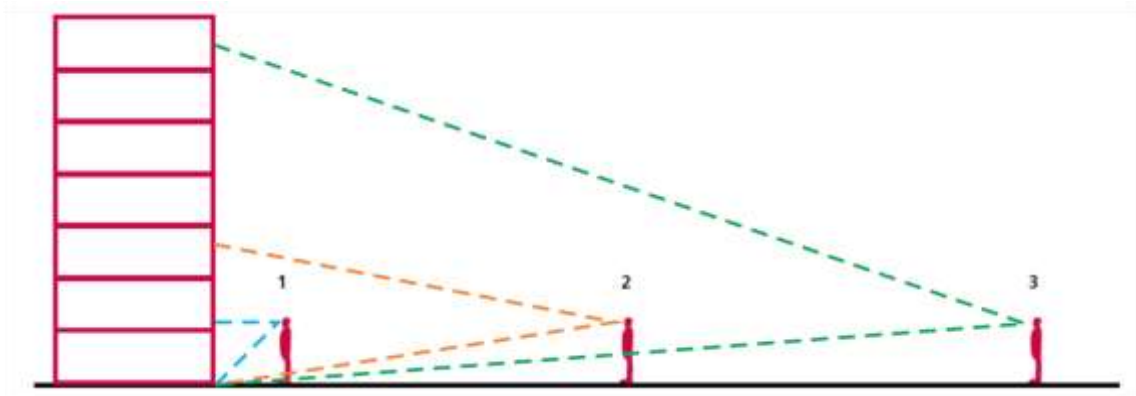


Figura 106 Visión a corta distancia

Fuente: (Martinez, 2015)

Proceso de creación de arte para impresión

Se procederá a la elaboración de cada boceto según los conceptos planteados anteriormente, estos serán dibujados a mano dando sus efectos como sombras y expresiones, para luego con la ayuda del Adobe Illustrator digitalizarlo y perfeccionarlo, dándole sus respectivos colores y diagramación en base a los criterios planteados previos a la creación de bocetos o artes iniciales.

3.3 Desarrollo de Bocetos o Artes Iniciales

En el siguiente apartado se muestra el desarrollo de cada una de las piezas gráficas que conformarán la propuesta actual, siendo los personajes de cada arte los que realizarán las acciones preventivas sobre el consumo de drogas ilícitas.

Gráficas de la campaña

Previo a definir las gráficas y el mensaje final de la campaña se planteó un enfoque de mensaje diferente, el mismo que se centraba en las consecuencias del consumo, sin embargo, gracias a las opiniones y sugerencias del Lcdo. en Gestión del Diseño y comunicación Visual Magno Merino Luna, se establece plantear una propuesta que se enfoque en la identificación del sujeto participante en el consumo de cada adolescente y el daño que provoca.

Las propuestas se inician con la gráfica del personaje en un estado de desfragmentación lo que comunicaría al adolescente que de la misma manera le sucedería si hacen uso de las drogas.



Figura 107 Boceto 1
Elaboración propia

Como segunda opción se planteó el personaje con características físicas que asemejen a alguien bajo los efectos de las drogas, este contaba con la mitad de su cuerpo en estado normal, con la finalidad de contrastar y llamar la atención del adolescente.



Figura 108 Boceto2
Elaboración propia

como tercera opción dentro del desarrollo de los artes según recomendaciones y sugerencias del Lcdo. Magno Merino se plantea una gráfica de dos personajes siendo uno el superhéroe vs la droga.






Figura 109 Boceto 3
Elaboración propia

3.4 Evaluación de artes iniciales

Focus group a estudiantes

Se presentan los resultados obtenidos de la evaluación de artes iniciales, en el procedimiento se contó con la colaboración de 8 estudiantes del 7° grado de la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”.

1. ¿Qué opción te agrada más?

 <p>OPCIÓN A</p>	
 <p>OPCIÓN B</p>	
 <p>OPCIÓN C</p>	

Los adolescentes del 7° grado señalaron en mayoría la opción “C”, asegurando que les parecía ver una escena de película o un poster.

La opción “A” tuvo exactamente una aceptación por 3 adolescentes quienes afirmaron verlo increíble el dibujo, mientras que la opción “B” no obtuvo ninguna votación, las mismas fueron descartadas por la poca importancia que le dieron los adolescentes.

2. ¿Qué palabra identifica la imagen seleccionada?

Los alumnos del 7° grado manifestaron que la imagen reflejaba destrucción, daño físico y los golpes que da el consumir drogas.

3. ¿Qué mensaje te deja la imagen seleccionada?

Los adolescentes expusieron que entendían que no deben consumir drogas porque los destruye, se les acaba la vida, se separan de sus familias y no tienen fuerzas para nada.

4. ¿Fue fácil leer el texto de la imagen?

Los comentarios fueron los siguientes:

- La letra no está toda dibujada
- Si tuviese color la vería mejor
- Me gusta que se ve la palabra drogas

Conclusión general




Una vez recopilada la información se identifica que la propuesta con mayor acogida es la "C", también se constata que la gráfica comunica según lo planificado, a su vez se confirma la necesidad de cambiar la tipografía por su poca lectura.

Las opiniones de los adolescentes se toman en consideración para el cambio correspondiente en los artes ilustrados.

Focus group a docentes

Se presentó las opciones a los docentes con la finalidad de obtener de manera breve sus comentarios y conocer si creen adecuadas las gráficas y mensajes para los alumnos del 7° grado.

1. ¿Qué opción te agrada más?

	OPCIÓN A	
	OPCIÓN B	
	OPCIÓN C	

Los docentes al igual que los estudiantes inclinaron su elección hacia la opción "C" indicando que la misma al ser algo real, parte del día a día de los estudiantes debido a las películas o series que ellos ven, sería una imagen recordativa que concientizara a estudiantes y su entorno.

2. ¿Cómo considera el mensaje de la imagen?

Dentro de las respuestas obtenidas presento las siguientes:

- Directo, dice lo que se ve en el dibujo
- Son las palabras que manejan los adolescentes
- Aparte de lo que se ve, les da a entender que así los ataca las drogas que no lo hagan

Luego de recogidas las opiniones de los diferentes docentes y alumnos, se procede a la aplicación de la cromática y los cambios sugeridos.

3.5 Desarrollo de propuesta gráfica inicial

Se presenta al grupo de 8 estudiantes 4 propuestas gráficas que surgen en base a la opción escogida en la evaluación anterior, con la finalidad de recoger sus comentarios en base al cartel físico y su funcionalidad.

Los artes son presentados de manera impresa a full color en tamaño A3, para la manipulación y verificación de actitudes y reacciones de cada uno de los estudiantes.

Personajes

En cada cartel la escena tiene como protagonista a un superhéroe que muestra físicamente los daños proporcionados por el consumo de drogas, el protagonista vs la droga muestran expresiones que describen a cada personaje, como en el caso del personaje que representa la droga expresa rudeza, maldad, es simplemente un monstruo mientras que el superhéroe transmite su debilidad y su estado deplorable.

Los personajes han sido ilustrados en base a la información recopilada previo a la realización de los artes iniciales, donde los estudiantes del 7° grado de la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince” indican con palabras claves lo que para ellos significan las drogas.

El arte elaborado representa la destrucción que causan las drogas sin consideración de edad, raza y posición social, por dicho motivo se desarrollan 6 propuestas ilustradas con personajes de reconocimiento universal superhéroes.

Bocetos personaje Malo



Figura 110 Desarrollo de personaje representante de la droga
Fuente: elaboración propia

Las escenas de cada cartel se desarrollan en base a un modelo existente obtenido de la web.



Figura 434 Desarrollo de bocetos en base a modelo



Figura 434 Modelo para boceto
Fuente: (Antrax, 2012)



Figura 434 Desarrollo de bocetos en base a modelo
Fuente: elaboración propia



Figura 434 Modelo para boceto
Fuente: (nostalgico, 2012)



Figura 596 Modelo para boceto
Fuente: (Dussander, 2013)



Figura 596 Desarrollo de bocetos en base a modelo

Artes ilustradas



Figura 758 Desarrollo de ilustraciones
Fuente: elaboración propia



Figura 677 Desarrollo de ilustraciones
Fuente: elaboración propia



Figura 839 Desarrollo de ilustraciones
Fuente: elaboración propia

3.6 Evaluación de propuesta grafica inicial.

1. ¿Fue fácil leer el texto de la imagen?

Para la aceptación y verificación de los cambios realizados en la tipografía del mensaje se formuló nuevamente la pregunta, la cual dio como resultado los siguientes comentarios:

- Se ve muy claro
- Las letras son muy grandes y se puede leer bien
- Se lee rápido y bien

2. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

Los estudiantes respondieron animadamente que con color se veían más bonitas y a la vez hacían énfasis que el superhéroe ha sido atacado por las drogas y está destruido, exponiendo “esa es una batalla de la droga y los superhéroes, parece poster de película”

Dentro de esta pregunta también se evidenció muchas interrogantes como, por ejemplo:

- ¿Quién es el malo?
- ¿A quién se parece?
- ¿Él es la droga?
- El malo le pega para que tome la droga
- Debería ser la muerte
- El malo está muy gordo y fuerte debe estar feo y flaco
- Si es malo debe tener una máscara porque ellos se esconden
- Así son la gente mala que dan droga a otros
- Se debe ver más el malo

Conclusiones

Estas interrogantes formuladas por cada estudiante permiten evidenciar la necesidad de darle una identidad clara al personaje “malo”, por lo que se hace uso de cada palabra para la recreación del personaje malo que ya ha sido identificado en la investigación previa.

3.7 Desarrollo de propuesta gráfica definitiva

Tomando en consideración las observaciones e inquietudes de los adolescentes de 7° grado de la escuela, se procede con el desarrollo y planteamiento de las nuevas propuestas, con la finalidad de comunicar y llenar los posibles vacíos existentes en cada adolescente.

Los bocetos elaborados cuentan con escenas diferentes a lo antes planteado, pero con el mismo enfoque, diagramación e impacto visual.

El personaje malo acoge la identidad de una persona no de un monstruo, llevándolo así a la realidad que expresaron los adolescentes, obtiene características como un joven enmascarado, pero reflejando una apariencia de maldad con vestimenta común y máscara; la máscara del personaje permite a cada adolescente asociar el personaje con quien ellos identifiquen como la persona mala o manipuladora en su toma de decisión.

La vestimenta del personaje incluye una gráfica de las dos drogas ilícitas que los adolescentes reconocieron como tal, inhalantes y marihuana este símbolo dará una identidad más clara de quien es el malo. En el nuevo desarrollo de escenas para cada cartel se le da más protagonismo al personaje malo, enfocando el mensaje en identificar que el consumo de las drogas se da por la manipulación que tengamos a través de nuestro entorno.

Para las nuevas propuestas también se toma en consideración las observaciones por parte del Lcdo. Magno Merino, quien indica que es necesario mostrar más realidad y ligereza en las escenas, así como también indicó que el personaje malo debería tener una identidad física que sea de fácil relación para los adolescentes.

3.7.1 Boceto de personajes finales



Figura 840 Desarrollo de nuevo personaje
Fuente: elaboración propia

Las escenas de cada cartel se desarrollan en base a un modelo existente obtenido de la web.



Figura 841 Desarrollo de bocetos
Fuente: elaboración propia



Figura 922 Modelo para boceto
Fuente: (Bacile, 2017)



Figura 1003 Desarrollo de bocetos
Fuente: elaboración propia



Figura 1084 Modelo para boceto
Fuente: (oconowocc, 2015)



Figura 1165 Desarrollo de bocetos
Fuente: elaboración propia



Figura 1246 Modelo para boceto
Fuente: (Amino, 2017)



Figura 1408 Desarrollo de bocetos
Fuente: elaboración propia



Figura 1327 Modelo para boceto
Fuente: (Walker, 2013)



Figura 1489 Desarrollo de bocetos
Fuente: elaboración propia



Figura 1570 Modelo para boceto
Fuente: (Vromics, 2015)



Figura 1651 Desarrollo de bocetos
Fuente: elaboración propia



Figura 1732 Modelo para boceto
Fuente: (unfinishedperson, 2012)

3.7.2 Cromática de artes finales

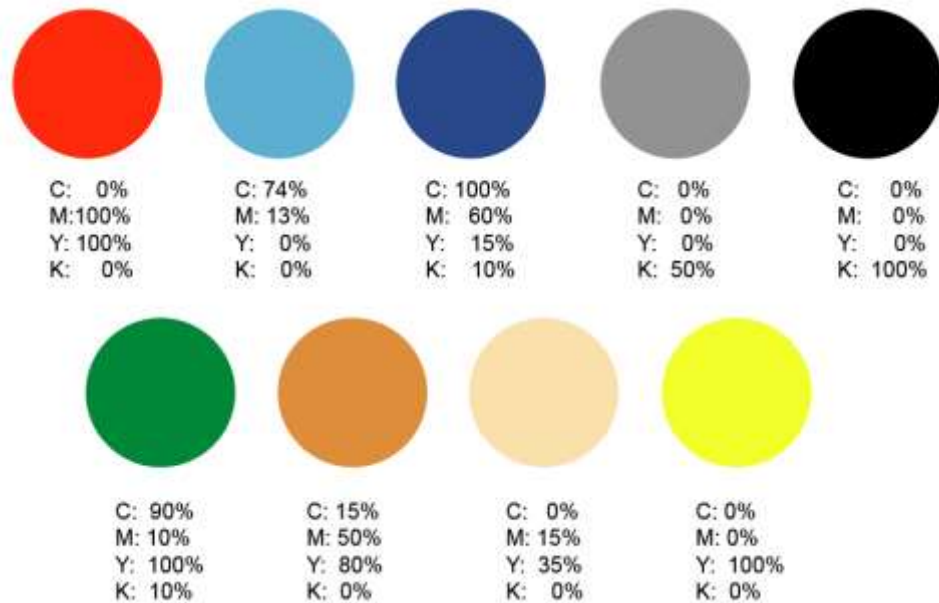


Figura 1813 Cromática de artes finales
Fuente: elaboración propia

3.7.3 Tipografía

La tipografía usada en los copys de las piezas graficas será impact, perteneciente a la familia de las sans serif, mismas que poseen una gran legibilidad y permiten una lectura fácil y rápida.

3.8 Arte final de las piezas graficas



Figura 1895 Artes finales
Fuente: elaboración propia



Figura 1814 Artes finales
Fuente: elaboración propia

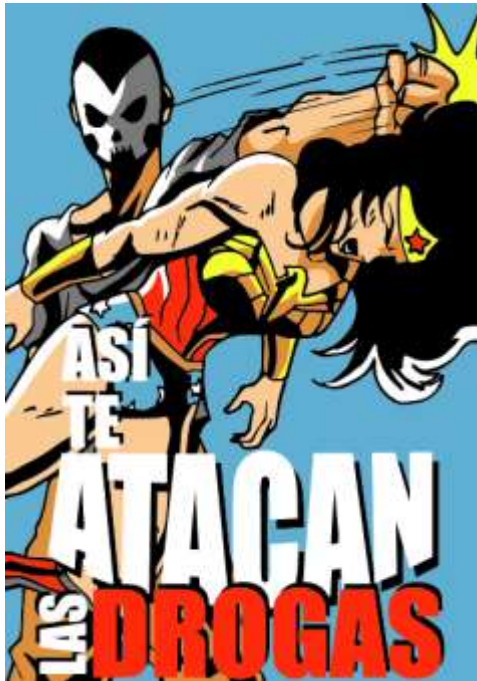


Figura 1976 Artes finales
Fuente: elaboración propia



Figura 2057 Artes finales
Fuente: elaboración propia



Figura 2219 Artes finales
Fuente: elaboración propia

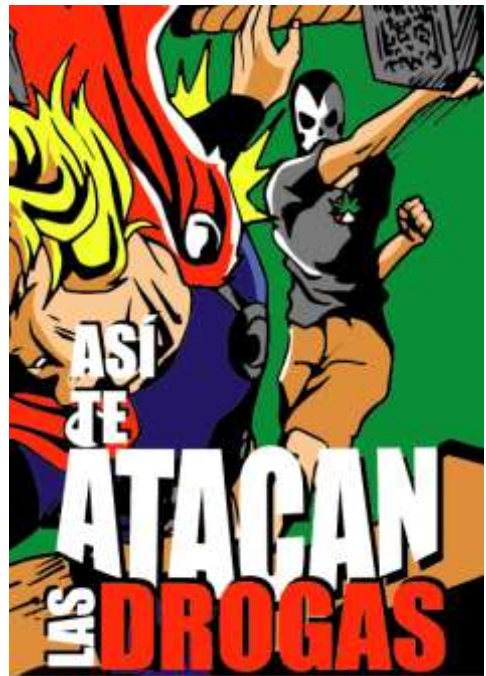


Figura 2138 Artes finales
Fuente: elaboración propia

3.9 Proceso y materiales para impresión de artes finales en serigrafía

A continuación, se detalla los materiales, tintas y procesos determinados para la impresión del presente proyecto.

Carteles y posters

Material base o sustrato

- Paspartú y cartulina velvet de 300g.
(material grueso recubierto por canson, solo se obtiene en cervantes)

Tinta

- Tinta PVC
Compuesta por químicos de secado rápido, no se recomienda tintas de agua por el deterioro del material que se usa, a la vez este tiende a variar su tonalidad al secar y es posible no alcanzar los colores plasmados en el arte digital.

Malla

- Se hace uso de la malla número 79 pero se recomienda desde la 71 a la 79, esta malla se caracteriza por ser cerrada, es decir con orificios muy diminutos que permiten una impresión de manera óptima sin excesos de tinta que alteren el resultado final.

Emulsión

- Compuesta por alcohol polivinílico y sensibilizada con bricomato aldiaz.

Procesos

- Tiempo de emulsionado y revelado
Se expone a la luz la malla junto al positivo por un tiempo aproximado de 4 a 5 min, luego de expuesto y bloqueado el paso de la luz se

procede a revelar con presión de agua para retirar los restos de emulsión y debilitar la parte bloqueada por la imagen en negro.

Impresión o transferencia

- Se deposita pintura sobre la malla para ser transferida al material base, se coloca 1 color a la vez que se paleta aproximadamente 3 veces, partiendo de arriba hacia abajo y luego terminando arriba, la cantidad de veces señalada es la aplicada y recomendada para la óptima impresión del sustrato.

Secado y producto final

- Hay dos opciones posibles de secado sobre el material utilizado, estos son al ambiente por un periodo de 30 min. y con ventilador por un periodo de 15 min., no es recomendable usar secadora porque el material tiende a torcerse.
- La opción de secado al ambiente podría variar según la situación climática.

Camisetas y bolsos

Material base o sustrato

- Tela algodón
Material de mejor calidad y absorción.

Tinta

- Tinta plastisol
Compuesta por partículas de resina de PVC, es usada porque presenta excelentes resultados en materiales de algodón.

Malla

- Se hace uso de la malla número 79 pero se recomienda desde la 71 a la 79, esta malla se caracteriza por ser cerrada, es decir con orificios muy diminutos que permiten una impresión de manera óptima sin excesos de tinta que alteren el resultado final.

Emulsión

- Compuesta por alcohol polivinilico y sensibilizada con bromato aldiaz.

Procesos

- Tiempo de emulsionado y revelado
Se expone a la luz la malla junto al positivo por un tiempo aproximado de 4 a 5 min, luego de expuesto y bloqueado el paso de la luz se procede a revelar con presión de agua para retirar los restos de emulsión y debilitar la parte bloqueada por la imagen en negro.

Impresión o transferencia

- Se deposita pintura sobre la malla para ser transferida al material base, se coloca 1 color a la vez que se paleta aproximadamente 3 veces, partiendo de arriba hacia abajo y luego terminando arriba, la cantidad de veces señalada es la aplicada y recomendada para la óptima impresión del sustrato.

Secado y producto final

- Se lleva a cabo con un flash de secado (horno) el mismo que debe tener una temperatura de 150° por 10 sg. este proceso es repetido por cada color.

Al finalizar la transferencia de la totalidad de los colores se procede con un último paso llamado curado, este consiste en colocar la camiseta o bolso dentro del flash de secado a una temperatura de 150° durante 30 sg.



Figura 2300 Pruebas de revelado para impresión en serigrafía
Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar



Figura 2301 Pruebas de revelado para impresión en serigrafía
Fuente: realizado por screen serigrafía



Figura 2302 Pruebas de revelado para impresión en serigrafía
Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar



Figura 2303 Registro de color negro sobre paspartú
Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar



Figura 2384 Registro de colores sobre paspartú
Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar



Figura 2465 Producto final listo

Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar



Figura 2546 Flash de secado por cada color
Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar



Figura 2627 Camiseta producto final
Fuente: realizado por screen serigrafía – Eduardo Salazar

3.10 Implementación y verificación de las piezas graficas

Se presentó a los estudiantes de 7° grado los 6 carteles (artes principales), a los mismos que se reunió con la finalidad de observar sus reacciones y actitudes, de la misma manera se recibieron sus comentarios mediante un grupo focal realizado con 8 estudiantes, los cuales fueron elegido al azar.



Figura 2708 Implementación de piezas graficas en la institución
Elaboración propia



Figura 2789 Implementación de piezas graficas en la institución
Elaboración propia



Figura 2790 Implementación y verificación de piezas graficas
Elaboración propia



Figura 2791 implementación y verificación de piezas graficas
Elaboración propia

EVALUACIÓN DE ARTES FINALES A LOS ALUMNOS DE LA INSTITUCIÓN

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE PIEZAS GRAFICAS

1. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

2. ¿Qué mensaje te deja las imágenes mostradas?

3. ¿Te fue fácil leer el texto de la imagen?

4. ¿Cuánto te gustaron las imágenes?

Figura 2792 Formato de evaluación sobre funcionalidad de las piezas

Fuente: elaboración propia

Conclusiones

1. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

Los adolescentes indicaron de manera muy expresiva que les gustaba el que tenga muchos colores, adicionalmente colocaron expresiones como:

- La droga está matando a los superhéroes.

- Los superhéroes derrotados por el consumo de drogas.
- Que el malo es realmente el que ofrece la droga y luego la droga.

2. ¿Qué mensaje te deja las imágenes mostradas?

- Los niños indicaron:
- No hay que confiar en cualquier persona porque te hacen daño y te llevan al vicio.
- Las drogas son dañinas para todo mundo sin excepciones.
- Si la droga no te mata, te mata la persona que te la ofrece o vende.
- Que hay que decirles no a las drogas sin importar quien se la dé.

3. ¿Te fue fácil leer el texto de la imagen?

La respuesta fue un sí, en su mayoría y sustentando que el mensaje es agradable y directo.

4. ¿Cuánto te gustaron las imágenes?

Los estudiantes indicaron que les gustó mucho e incluso indicaron sus preferidos.

**EVALUACIÓN DE ARTES FINALES A RECTORA Y DOCENTES DE LA
ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE**

**EVALUACIÓN DE ARTES FINALES A RECTORA Y DOCENTES DE LA
ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE**

**1. ¿Cómo consideran que llegaría la comunicación visual de los
artes?**

2. ¿Creen correcto el mensaje enviado mediante la gráfica mostrada?

*Figura 2793 Formato de evaluación de artes finales
a rectora y docentes
Elaboración propia*

Conclusiones

1. ¿Cómo consideran que llegaría la comunicación visual de los artes?

Las docentes y autoridades expusieron que son los personajes que los adolescentes más prefieren, el mensaje es muy claro y realista al igual que la gráfica.

- Es muy llamativo.
- El color le da viveza y más impacto para los jóvenes.

2. ¿Creen correcto el mensaje enviado mediante la gráfica mostrada?

Las respuestas fueron muy importantes porque indicaron ser perfectos para que el joven identifique que no se puede confiar en todos, que se debe tener cuidado con los ejemplos a seguir y más que todo que conozcan que al involucrarse en ese mundo, no solo le hace daño la droga sino incluso la persona que les vende.

3.11 Producto final



Figura 2810 Producto final
Elaboración propia

Carteles impresos en serigrafía

Medidas: 42 x 59,4 cm

Material: Paspartú

Ubicación: Escuela "Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince"

3.11.1 Brief

TIPO DE CAMPAÑA	Social preventiva
CLIENTE	Escuela Fiscal "Dr. Ignacio Gómez Lince"
PROYECTO	Campaña de prevención sobre el consumo de drogas ilícitas
CONCEPTO DE CAMPAÑA	Concientizar a los adolescentes sobre el consumo de drogas, ayudándolos a identificar al sujeto manipulador para prevenir sus inicios en el consumo. Se muestra la vulnerabilidad de los superhéroes frente a las drogas y la persona influyente en la toma de decisión sobre el consumo.
COPY	Así te atacan las drogas
LUGAR	Guayaquil
PÚBLICO OBJETIVO	Estudiantes del 7° grado de 12 a 13 años de la escuela "Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince"
OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	<p>Utilizar un lenguaje sencillo y asociativo con las ilustraciones, que permita enviar un mensaje claro y directo.</p> <p>Aplicar ilustraciones según las preferencias de los adolescentes, para tener la aceptación de las respectivas propuestas.</p> <p>Implementar una idea real que permita la identificación del sujeto manipulador en la toma de decisión de cada adolescente, así como también advertir a los jóvenes de los efectos peligrosos del consumo de estupefacientes, sustancias a las que están expuestos todos sin diferencia de edad, raza o posición social.</p>
OBJETIVO DEL CLIENTE	Disminuir el consumo de drogas ilegales en los adolescentes al cursar a su etapa de secundaria, fortaleciendo su toma de decisión en base a la identificación del mal ejemplo que viva en su entorno.
MEDIOS	Impresos en serigrafía: carteles A2, bolsos, camisetas, posters y adhesivos
TONO	Informal
FECHA DE LANZAMIENTO	semana del 26 de junio (día internacional contra el uso de drogas) - Año lectivo 2018
TIEMPO DE DURACIÓN	4 semanas Fase de desarrollo 3 semanas Fase de evaluación 1 semana
PROBLEMA DE CAMPAÑA	Falta de presupuesto por parte de la institución educativa.

Figura 2891 Brief creativo
Elaboración propia

3.11.2 Estrategia Publicitaria

1. ¿Qué comunicar?

Se establece el mensaje a transmitir a través de la campaña social, este consiste en comunicar una idea sobre la identificación de la persona manipuladora en la decisión de consumo y en reconocer el daño causado en primer lugar por la persona que la proporciona y en segundo por la droga(ilícita).

2. ¿Cómo comunicar?

Se detallan los medios a utilizarse para la difusión del mensaje de campaña. Estos se llevarán a cabo dentro de la escuela fiscal “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”, plasmado en 6 carteles impresos en serigrafía, bolsos en tela cambrella, camisetas, posters y adhesivos.

3. ¿A quién comunicar?

Se establece que el público objetivo de la campaña son los adolescentes del 7° grado de la escuela “Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince”

3.11.3 Material pop

El material promocional que se usa para la comunicación de la campaña social de prevención sobre el consumo de drogas, se define en base a la necesidad de la misma. Para promocionar la campaña se entregará un kit a los estudiantes del 7° grado.

NOMBRE	ESPECIFICACIONES	CONTENIDO
KIT PROMOCIONAL	SE HARÁ ENTREGA DEL KIT POR SORTEO A LOS ESTUDIANTES QUE PARTICIPEN DE LAS CHARLAS REGULARES QUE SE DEN DURANTE EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA	BOLSO SPORT BAG, CAMISETA, POSTER Y ADHESIVO ESTAMPADOS EN SERIGRAFIA

Figura 2892 kit promocional
Elaboración propia

Camisetas

Se elaboran camisetas con estampado en serigrafía a full color, con la finalidad de mantener la línea animada y permitiendo su uso no solo dentro de la campaña sino también externamente, cumpliendo así el objetivo de que sea recordada a largo plazo.



*Figura 2973 Material pop camiseta
Elaboración propia*



*Figura 2974 Material pop camiseta
Elaboración propia*



Figura 2975 Material pop camiseta
Elaboración propia



Figura 3056 Material pop camiseta
Elaboración propia



Figura 3057 Material pop camiseta
Elaboración propia



Figura 3058 Material pop camiseta
Elaboración propia

Bolsos

Será el que contenga el kit a ofrecer dentro de las charlas.



Figura 3059 Material pop bolso
Elaboración propia

Posters y adhesivos



Figura 3140 Materia pop posters
Elaboración propia



Figura 3141 Material pop adhesivo
Elaboración propia

3.11.4 Fase de desarrollo

Para dar a conocer la campaña, se realiza el lanzamiento en la semana del día internacional contra el uso de drogas ilícitas, este consiste en aprovechar las charlas impartidas por la psicóloga de la institución según cronograma del Ministerio de Educación.

Dentro de las charlas se llevará a cabo un sorteo en el cual se entregará kits promocionales a quienes participen e interactúen dentro de la misma.

El kit promocional consta de un bolso que contendrá 1 poster y una camiseta que será impresa en serigrafía con los mismos diseños de carteles sin variante alguna en diseño, mientras que en el curso donde se impartirán las charlas se colocarán los carteles por semana según correspondan.

Adicionalmente en la última semana se expondrá la totalidad de los carteles en el patio de la institución para ser apreciados por todas las personas que visiten la institución.

DESARROLLO	SEMANA 1	Exposición interna de 2 carteles por semana, mientras se imparten las charlas regulares de la institución. Entrega por sorteo de los kits promocionales a los participantes.
	SEMANA 2	
	SEMANA 3	
	SEMANA 4	Exposición y Post test (encuestas)

*Figura 3142 Desarrollo de campaña
Elaboración propia*

		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
JUNIO	Lunes 25	<p>Según el cronograma de charlas proporcionado por el Ministerio de Educación se establece un día a la semana para la retroalimentación con los estudiantes. (cualquiera de los días marcados)</p> <p>Se hace uso de dos carteles para ser colocados dentro del curso donde se realiza la actividad.</p> <p>Batman y Mujer maravilla</p> <p>Responsable: Psicóloga Fanny Lopez</p>			
	Martes 26				
	Miercoles 27				
	Jueves 28				
	Viernes 29				
	Sábado 30				
	Domingo 1				
	Domingo 1				
JULIO	Lunes 2	<p>Según el cronograma de charlas proporcionado por el Ministerio de Educación se establece un día a la semana para la retroalimentación con los estudiantes. (cualquiera de los días marcados)</p> <p>Se hace uso de dos carteles para ser colocados dentro del curso donde se realiza la actividad.</p> <p>Flash y Ther</p> <p>Responsable: Psicóloga Fanny Lopez</p>			
	Martes 3				
	Miercoles 4				
	Jueves 5				
	Viernes 6				
	Sábado 7				
	Domingo 8				
	Domingo 8				
	Lunes 9	<p>Según el cronograma de charlas proporcionado por el Ministerio de Educación se establece un día a la semana para la retroalimentación con los estudiantes. (cualquiera de los días marcados)</p> <p>Se hace uso de dos carteles para ser colocados dentro del curso donde se realiza la actividad.</p> <p>Superman y Hombre Araña</p> <p>Responsable: Psicóloga Fanny Lopez</p>			
	Martes 10				
	Miercoles 11				
	Jueves 12				
	Viernes 13				
	Sábado 14				
	Domingo 15				
	Domingo 15				
	Lunes 16	<p>Se exponen los 5 carteles en la pared frontal del patio de la institución como cierre de la campaña.</p> <p>Se sugiere realizar el post test con el propósito de conocer si se cumplieron los objetivos de la campaña, esto se debe gestionar mediante encuestas que contengan preguntas cortas y concisas.</p>			
	Martes 17				
	Miercoles 18				
	Jueves 19				
	Viernes 20				
	Sábado 21				
	Domingo 22				
	Domingo 22				

Figura 3143 Cronograma para desarrollo de campaña
Elaboración propia

3.11.5 Fase de evaluación

Una vez terminada la fase de desarrollo se sugiere llevar a cabo una evaluación a base de encuestas con preguntas cortas que permitirán medir los resultados y el cumplimiento del objetivo de comunicación.

3.11.6 Presupuesto

El presupuesto para llevar a cabo el desarrollo de la campaña se lo indica a continuación:

PRESUPUESTO					
NOMBRE	MATERIAL	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.U .	P.T.
CARTELES	A2 PASPARTÚ	6	FULL COLOR 6 MODELOS	40	240
CAMISETAS	TELA ALGODÓN	36	FULL COLOR 6 X MODELO	6	216
BOLSO SPORT BAG	CAMBRELLA	32	A 1 COLOR	2.80	89,6
POSTERS	CARTULINA VELVET	36	FULL COLOR 6 X MODELO	3.50	126
ADHESIVOS	ADHESIVO SEMI BRILLO	36	FULL COLOR 6 X MODELO	3	108
TOTAL					779,6

Figura 3191 Presupuesto de producción
Elaboración propia

4 Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Para la elaboración del presente trabajo de titulación se hizo uso de diferentes métodos investigativos, los mismos dieron apoyo sobre las diferentes interrogantes existentes sobre el tema, mediante los resultados se pudo evidenciar el grado de conocimiento de cada adolescente con respecto a las drogas, así como también identificar el tipo de drogas reconocidas por cada individuo y la influencia que los lleva al consumo.

Las diferentes conclusiones recabadas a lo largo del proyecto han sido relevantes para la elaboración de una campaña que sea factible.

El diseño de campaña se ha elaborado a través de un debido proceso de recolección de información e investigación, esto ha sido el soporte para seleccionar los medios de comunicación que permitan llegar a los adolescentes de manera clara y directa.

Recomendaciones

- Se sugiere no alterar ni dar variación a los diseños de las piezas gráficas.
- Seguir los pasos propuestos para la correcta ejecución y difusión de los medios impresos.
- Se debe tomar en cuenta que previo a las impresiones en serigrafía, es necesario indicar que para el uso del material planteado dentro del trabajo de titulación y por las características del lugar de exposición es necesario usar tinta solvente (en carteles). De utilizar tintas de agua obtendrá como resultado un mal registro o estropeo del material de base.

BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, A. (18 de Septiembre de 2013). *slideshare*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjVh9LdoNbXAhVlc98KHSfzBhgQFggkM AA&url=https%3A%2F%2Fes.slideshare.net%2Faacevedolipes%2F2-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-de-investigacin&usg=AOvVaw0-4DjFFP7HW>

Aguilar, R. (martes de enero de 2013). *artigraficasunivo*. Obtenido de <http://artigraficasunivo.blogspot.com/2007/08/el-cartel.html>

Alapi, F. (8 de Junio de 2017). *Pinterest*. Obtenido de <https://www.pinterest.com.mx/pin/76209418665882733/>

Amador, M. (13 de Septiembre de 2011). *Manuelgalan*. Obtenido de http://manuelgalan.blogspot.com/2011/09/la-investigacion-documental_1557.html

Amino. (4 de febrero de 2017). *aminoapps*. Obtenido de https://aminoapps.com/c/comics-es/page/blog/b-l-batman-vs-yautja-predator/jXPt_KuJrn1vEr6QeEJDzWRr0M4VVb

Antrax. (miercoles de agosto de 2012). *la sombra del murcielago*. Obtenido de <http://la-sombra-del-murcielago.blogspot.com/2012/08/batman-2.html>

Arteneo. (27 de Noviembre de 2014). *Arteneo*. Obtenido de <https://www.arteneo.com/blog/teoria-del-color-aplicada-a-los-superheroes-del-comic/>

Asamblea, N. (28 de 01 de 2015). *ecuadorinmediato*. Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818775459

Bacile, N. (14 de febrero de 2017). *cbr.com*. Obtenido de <https://www.cbr.com/the-flash-15-powers-you-didnt-know-he-has/>

Blake, S. (22 de 08 de 2012). *allfont*. Obtenido de <http://allfont.es/download/impact/>

Buelvas, S. (6 de Noviembre de 2012). *Monografias*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos81/taller-serigrafia/taller-serigrafia.shtml>

COLLADO, C. F., & SAMPIERI, R. H. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Mexico: MCGRAW-HILL.

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.

Dafont. (2017). *Dafont*. Obtenido de <https://www.dafont.com/es/primetime.font>

Dalen, D. V., & Meyer, W. (1974). Estrategia de la investigación descriptiva. Manual de técnica de la investigación educacional. *Paidós*, 15.

Daluz, B. (24 de Enero de 2017). *illustrationweb*. Obtenido de <http://www.illustrationweb.us/artists/ButcherBilly/view#home>

Diaz, A. (15 de Abril de 2014). *andresdiaz*. Obtenido de <http://andresdiaz18.blogspot.com/2014/04/la-serigrafia.html>

Dussander, J. (4 de diciembre de 2013). *scifinow*. Obtenido de <https://www.scifinow.co.uk/news/man-of-steel-2-villain-is-doomsday-will-superman-die/>

Fad. (2 de Enero de 2015). *Fad*. Obtenido de <http://www.fad.es/campana/6618>

Flores, J. (30 de Julio de 2014). *websa100*. Obtenido de <https://www.websa100.com/blog/psicologia-de-la-tipografia/>

Lorenzo, T. (10 de Abril de 2017). *Tendenciasfashionmag*. Obtenido de <http://www.tendenciasfashionmag.com/butcher-billy-el-carnicero-del-pop/>

Martinez, L. (22 de 05 de 2015). *publicidad exterior*. Obtenido de <https://www.yporqueno.com/cartel/tiempos.html>

Medina, F. (21 de Septiembre de 2015). Cada colegio previene sobre drogas a su manera . *El Comercio*, pág. 3.

Mella, O. (2000). *Grupos focales Focus Groups: tecnica de investigacion cualitativa*. Mexico: Cide.

MinisteriodelInterior. (24 de Noviembre de 2007). *Ministerio Interior*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/festival-5k-yo-vivo-sin-drogas-tu-decides-se-realizara-en-manabi/>

Miranda, A. (2 de Febrero de 2016). *bricklanemexico*. Obtenido de <http://www.bricklanemexico.com/uncategorized/butcher-billy-cuando-la-musica-alternativa-se-topa-con-la-cultura-pop/>

Muñoz, C. (30 de Noviembre de 2017). *xtec.cat*. Obtenido de <http://www.xtec.cat/~cmunoz/recerca/encuesta.htm>

Muñoz, E. (8 de Octubre de 2016). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/km2kcochviaz/focus-group/>

nostalgico, c. (18 de agosto de 2012). *historietas viejas*. Obtenido de <http://historietas-viejas-full.blogspot.com/2012/08/marvila-la-mujer-maravilla-ano-xxi-n3.html>

oconowocc. (2015). *oconowocc.com*. Obtenido de <http://www.oconowocc.com/las-mejores-5-peleas-de-los-comics-de-superheroes/>

Paula. (13 de Abril de 2013). *Moovemag*. Obtenido de <https://moovemag.com/2013/04/pop-art-movimiento-artistico-del-siglo-xx/>

Perez, J., & Gardey, A. (11 de Noviembre de 2014). *Definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/serigrafia/>

Perez, J., & Merino, M. (12 de Enero de 2010). *Definicion*. Obtenido de <https://definicion.de/yuxtaposicion/>

PoliciadelEcuador. (24 de Noviembre de 2017). *Policia Ecuador*. Obtenido de <http://www.policiaecuador.gob.ec/departamento-de-informacion-y-prevencion-antidrogas-dipa/>

Sonora, C. (lunes de enero de 2011). *dennys dp*. Obtenido de <http://dennys-dp.blogspot.com/2011/01/tipos-de-carteles-formativo-e.html>

Tapié, D. (15 de Marzo de 2005). *Behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/2190147/Campana-contra-las-drogas>

unfinishedperson. (18 de septiembre de 2012). *hbffl*. Obtenido de <http://hbffl.blogspot.com/2012/09/tuesday-morning-qb-canadians-ehno.html>

Valdés, M. (24 de Noviembre de 2012). *publicidadpreventiva*. Obtenido de <http://publicidadpreventiva.blogspot.com/2012/11/0-0-1-272-1496-upv-12-3-1765-14.html>

Vigoalminuto. (31 de Mayo de 2015). *Vigoalminuto*. Obtenido de <http://www.vigoalminuto.com/2015/05/31/trafico-inicia-este-lunes-en-galicia-una-campana-de-control-de-consumo-de-alcohol-y-drogas-al-volante/>

Vilajoana, S. (2014). Como diseñar una campaña de publicidad. En *Como diseñar una campaña de publicidad* (pág. 16). Barcelona: UOC.

Vromics. (31 de mayo de 2015). *freakelitex*. Obtenido de <http://freakelitex.com/batman-puede-con-todos/>

Walker, A. K. (4 de septiembre de 2013). *scriptshadow*. Obtenido de <http://scriptshadow.net/screenplay-review-asylum-2002-draft-of-batman-vs-superman/>

Yepez Diana, F. A. (08 de 02 de 2017). *gkillcity*. Obtenido de <http://elecciones2017.gk.city/2017/02/08/consumo-drogas-ninos-ecuador-declaracion-espinel/>

5 Anexos

Anexo 1

ENTREVISTA A PROFESIONAL EN SERIGRAFÍA

FICHAS TÉCNICAS DE ENTREVISTA

Tema: Impresión mediante la técnica de serigrafía

Ciudad: Guayaquil, Ecuador

Entrevistado: Eduardo Salazar Salazar

Cargo: Propietario de Screen serigrafía

1 ¿Ud. Cree correcto el material base que se desea usar para la impresión de los carteles?

Todo sustrato sirve para serigrafía la única diferencia es saber qué tipo de tinta usar, al probar el material he podido ver que definitivamente el único proceso que no se puede realizar sobre este es el secado con temperaturas altas porque el material se tuerce y complica el paletear los demás colores.

2 ¿Qué tinta exactamente se debe usar para los carteles y para los promocionales?

Los carteles por ser impresos sobre un material que esta recubierto por cartulina es necesario usar tintas que no contengan agua, para evitar el remojo y deterioro del material.

La tinta usada en carteles se la conoce como tinta PVC y la tinta para impresión en materiales promocionales textiles es plastisol.

3 ¿Qué requiere para una impresión impecable y exacta?

La impresión para ser exitosa depende de muchos factores como son:

Una malla adecuada, de 71 a 79 esta es la medida de la estreches para que sea transferida la pintura.

También se debe tomar en cuenta el uso de una buena emulsión resistente que no tienda a desprenderse a la hora del rebelado.

Además, el resultado final también depende mucho del proceso que se tenga, se debe saber que al exponer a la luz el positivo junto al bastidor no debe ser menos de 4 ni más de 5 por ser riesgoso a la hora del revelado, esto le digo porque al desbloquear con agua se puede desprender en totalidad la emulsión y prácticamente no serviría.

Luego de esto simplemente lo que queda una vez ya listas las mallas para estampar se procede a colocar color por color y paletear 3 veces en el caso de usar una malla fina de 79 esto porque al ser muy fina la malla, pasa minúsculamente disminuyendo el riesgo de excesos de pintura y una impresión errónea.

Al imprimir cada color se debe secar para poder continuar con el siguiente, esto se hace por medio de otro proceso y dependiendo el material base en todo lo textil, directamente se los expone a un horno que tiene como nombre flash de secado, dentro se coloca la prenda y se deja por 10 sg. a 150° en cada color, al finalizar se hace un proceso llamado curado que trata de volver a colocar la prenda a 150° pero durante 30 sg. así sellamos la impresión.

En el caso de cartulina o materiales más delicados no se los somete a altas temperaturas porque podrían dañarlos, pero se los seca a base de aire normal como ventilador o al ambiente que duraría aproximadamente media hora debido a la humedad que hay en esta estación del año de lo contrario el proceso simplemente se tomaría 15 min. por color.

Anexo 2

ENTREVISTA A PROFESIONAL EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

FICHAS TÉCNICAS DE ENTREVISTA

Tema: Correcta comunicación gráfica y conceptual

Ciudad: Guayaquil, Ecuador

Entrevistado: Lcdo. en Gestión del Diseño y comunicación Visual Magno Merino Luna

1. ¿Considera apropiado el concepto manejado en los artes?

Creo que tienes la respuesta precisa dentro de las mismas palabras de los adolescentes, ellos son el mejor público a la hora de realizar una investigación, no mienten hablan claro y directo no buscan adornos para decirte una simple cosa.

Estas aplicando el transmitir los resultados que te da el consumir drogas, pero los docentes también te indican que el problema no se puede controlar debido a que en gran influencia parte del exterior, yo te recomendaría plantear una tercera propuesta que englobe los resultados de tu investigación.



Primera opción



Segunda opción



Tercera opción

2. ¿Qué tan efectivo cree sea el utilizar superhéroes dentro de las gráficas de la campaña?

A pesar que es un recurso ya usado, en mi experiencia puedo decirte que no hay mejor comunicación que la que ya tienen, estos chicos ya conocen los superhéroes e incluso deben tener un preferido obviamente al utilizar superhéroes mejor aún en una época donde están en boga es una gran estrategia comunicacional, porque inevitablemente será recordada, te doy un ejemplo:

Yo soy uno de los adolescentes y me voy al cine a ver liga de la justicia, no es obvio que voy a ver acción?

¡Los superhéroes pelearan!

¡Quedaran destruidos y quizás hasta muertos!

Crees que no lo voy a asociar o recordar, obvio que sí y pues en consecuencia hasta lo comentare.

3. ¿Qué tiempo es recomendable tener vigente una campaña?

Bueno te podría decir 1, 3 hasta 6 meses, no hay una regla el tiempo lo pones tú y depende de muchos factores, por eso analicemos tu proyecto, una de las desventajas más grandes que tienes y que definitivamente influye, es el presupuesto, sin este todo queda en sueños, por lo tanto, debes saber que si mantienes más de 1 mes la campaña debes considerar manejar muchos materiales promocionales y sin presupuesto no es factible.

4. ¿Regularmente dentro de las campañas existe la fase de exceptiva, cree idóneo la utilización de una dentro del presente proyecto?

Creo que volvemos a lo mismo el presupuesto es un limitante y para que expectativa, como te indique con los chicos todo es práctico, claro y directo.

FORMATO DE ENTREVISTA A RECTORA Y PROFESORES DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE

FORMATO DE ENTREVISTAS PARA PSICOLOGA DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

NOMBRE: Fanny López

CARGO: Psicóloga.

FECHA: 9/11/2017

1. ¿Cómo cree usted que las drogas afectan al alumnado?

Los estudiantes suelen fracasar en sus estudios
tienen problemas sociales o familiares
Problemas en su salud
Se hacen viciados.

2. ¿Cuál es la razón por lo cual usted considera que los adolescentes caen en el vicio de las drogas?

Normalmente influye bastante la curiosidad sumado
las diferentes situaciones o mundo en el que
vive cada chico los chicos de esta edad y tiempo
no analizan nada aceptan lo que le dice o da
cualquier persona

3. ¿Qué tipo de drogas cree usted que son las más consumidas por los adolescentes?

Marihuana

4. ¿Por qué cree usted que es necesario informar a sus alumnos sobre las consecuencias que trae el consumo de drogas?

Es difícil eliminar el hecho que los chicos consuman porque esto también es exterior ellos siempre vienen con algo nuevo de fuera a veces siguen ejemplos de sus familias y de todos los que los rodean

5. ¿Qué características considera que deba tener una campaña de prevención sobre el consumo de drogas para tener éxito dentro de su escuela?

Se debe analizar bien los gustos de los alumnos y ver que realmente puede llegar a ellos aparte que no por ser campaña de escuela debe ser simple

6. ¿Cree Ud. Efectivos los mensajes usados en campañas sobre el consumo de drogas?

Se han usado varios tipos de mensajes
o drogas y demás
pero les falta un complemento

7. ¿Tiene conocimiento del tipo de entorno en el que vive el alumno?

Claro todos los estudiantes tienen carpetas con historial de su transcurso en la escuela. un gran porcentaje se puede decir que de los 32 alumnos unos 20 no viven con sus padres

- ¿Existen controles o evaluaciones de tipo emocional del alumnado?
o son abandonados

Solo se realizan charlas ordenadas y programadas por el ministerio de educación aquí tratan de motivar o trabajar la actitud y la buena conducta de los adolescentes.

FORMATO DE ENTREVISTAS PARA RECTORA Y PROFESORES DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

NOMBRE: *Gardenia Batemayo*
CARGO: *Maestra*
FECHA: *9 Noviembre*

1. ¿Cómo cree usted que las drogas afectan al alumnado?

*Se portan mal Se dejan llevar por
Se ponen delgados sus amigos o familiares
Dejan la escuela.
Se van de la casa.*

2. ¿Cuál es la razón por lo cual usted considera que los adolescentes caen en el vicio de las drogas?

*Por que en muchos casos sus mismas
Familias ponen el mal ejemplo o son
Alcoholicos o Tienen otras actitudes que
hacen que el niño crea que todo está bien*

3. ¿Qué tipo de drogas cree usted que son las más consumidas por los adolescentes?

La Marihuana es la mas típica

4. ¿Por qué cree usted que es necesario informar a sus alumnos sobre las consecuencias que trae el consumo de drogas?

Se debe disminuir que los chicos
sigan consumiendo

5. ¿Qué características considera que deba tener una campaña de prevención sobre el consumo de drogas para tener éxito dentro de su escuela?

Mucho color
Ningún palabras que entiendan.
ellos son grandes ya saben

6. ¿Cree Ud. Efectivos los mensajes usados en campañas sobre el consumo de drogas?

Deben ser mas directos
y sin dar vueltas

FORMATO DE ENTREVISTAS PARA RECTORA Y PROFESORES DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

NOMBRE: Irene Sanchez
CARGO: Profesora.
FECHA: 9 - Nov - 2017

1. ¿Cómo cree usted que las drogas afectan al alumnado?

- Dejan de estudiar
- Se enferman
- Se van de sus casas
- Son vulnerables a cualquier situación

2. ¿Cuál es la razón por lo cual usted considera que los adolescentes caen en el vicio de las drogas?

- La mayoría de los chicos muchas veces no tienen a sus padres
- Otros cojen malos ejemplos que tienen en su diario vivir.

3. ¿Qué tipo de drogas cree usted que son las más consumidas por los adolescentes?

- los polvos como cocaína y la H. son muy accesibles

4. ¿Por qué cree usted que es necesario informar a sus alumnos sobre las consecuencias que trae el consumo de drogas?

- Es necesario que maduren para así entender que hay gente mala a su alrededor.

5. ¿Qué características considera que deba tener una campaña de prevención sobre el consumo de drogas para tener éxito dentro de su escuela?

- Realmente debe incentivar que no quieran consumir.
- deben ver los resultados FÍSICOS




6. ¿Cree Ud. Efectivos los mensajes usados en campañas sobre el consumo de drogas?

- Se enfocan en otras cosas pero no en mostrar lo que de verdad les pasa.

**FORMATO DE EVALUACIÓN A RECTORA Y PROFESORES DE LA
ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE**

**FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTES INICIALES
(Docentes)**

1. ¿Qué opción te agrada más?

	OPCIÓN A	
	OPCIÓN B	
	OPCIÓN C	/




2. ¿Cómo considera el mensaje de la imagen?

Claro les dice que no lo
hagan o así quedarán



FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTES INICIALES
(Docentes)

1. ¿Qué opción te agrada más?

	OPCIÓN A	
	OPCIÓN B	
	OPCIÓN C	X

2. ¿Cómo considera el mensaje de la imagen?

Directo se ve lo que
el dibujo refleja.



FORMATO DE ENTREVISTA PARA ALUMNOS DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

FORMATO DE ENTREVISTA PARA ALUMNOS DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

FECHA: 13-11-2017 EDAD: 12

¿Que superhéroes te gustan más? Marca 2 opciones

- | | |
|--------------------|-------------------------------------|
| 1. Superman | <input type="checkbox"/> |
| 2. Ironman | <input type="checkbox"/> |
| 3. Spiderman | <input type="checkbox"/> |
| 4. Batman | <input type="checkbox"/> |
| 5. Flash | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6. Capitan américa | <input type="checkbox"/> |
| 7. Hulk | <input type="checkbox"/> |
| 8. Mujer maravilla | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 9. Thor | <input type="checkbox"/> |
| 10. Linterna verde | <input type="checkbox"/> |
| 11. Robin | <input type="checkbox"/> |
| 12. Ciclope | <input type="checkbox"/> |

FORMATO DE ENTREVISTA PARA ALUMNOS DEL 7º GRADO DE LA ESCUELA DR.
MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

FECHA: 13/11/17

EDAD: 12

¿Que superhéroes te gustan más? Marca 2 opciones

- 1. Superman
- 2. Ironman
- 3. Spiderman
- 4. Batman
- 5. Flash
- 6. Capitan america
- 7. Hulk
- 8. Mujer maravilla
- 9. Thor
- 10. Linterna verde
- 11. Robin
- 12. Ciclope

FORMATO DE ENTREVISTA PARA ALUMNOS DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR.
MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

FECHA: 13/11/17

EDAD: 13

¿Que superhéroes te gustan más? Marca 2 opciones

- | | |
|--------------------|-------------------------------------|
| 1. Superman | <input type="checkbox"/> |
| 2. Ironman | <input type="checkbox"/> |
| 3. Spiderman | <input type="checkbox"/> |
| 4. Batman | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5. Flash | <input type="checkbox"/> |
| 6. Capitan america | <input type="checkbox"/> |
| 7. Hulk | <input type="checkbox"/> |
| 8. Mujer maravilla | <input type="checkbox"/> |
| 9. Thor | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 10. Linterna verde | <input type="checkbox"/> |
| 11. Robin | <input type="checkbox"/> |
| 12. Ciclope | <input type="checkbox"/> |

FORMATO DE ENCUESTA PARA ALUMNOS DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE

FORMATO DE ENCUESTA PARA ALUMNOS DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

1. ¿Conoces lo que son las drogas?
SI NO

2. ¿Para ti que son las drogas? Indicalo en una sola palabra

daño
drogas en polvo

3. ¿Quién te recordaría que no debes consumir drogas? Escoge 2

Mamá

Papa

Familia

Abuela (o)

Amigo (a)

Otro *hermano*

¿Por que?

*el lo hizo y no quiero volver
a ver a mi mamá y abuela mal*

FORMATO DE ENCUESTA PARA ALUMNOS DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

1. ¿Conoces lo que son las drogas?

SI NO

2. ¿Para ti que son las drogas? Indicalo en una sola palabra

el polvo que te daña

3. ¿Quién te recordaría que no debes consumir drogas? Escoge 2

Mamá

Papá

Familia

Abuela (o)

Amigo (a)

Otro _____

¿Por qué?

yo creo que ellos hacen todo bien

FORMATO DE ENCUESTA PARA ALUMNOS DEL 7º GRADO DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

1. ¿Conoces lo que son las drogas?

SI NO

2. ¿Para ti que son las drogas? Indicalo en una sola palabra

El polvo que mata a la gente

3. ¿Quién te recordaría que no debes consumir drogas? Escoge 2

Mamá

Papá

Familia

Abuela (o)

Amigo (a)

Otro _____

¿Por qué?

Mi mamá siempre me habla

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE LAS PIEZAS GRÁFICAS (ALUMNOS)

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE PIEZAS GRÁFICAS

1. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

Que el mismo que te vende droga después le pega con gran intención puede ser cualquiera

2. ¿Qué mensaje te deja las imágenes mostradas?

Que no hay que fumar droga, porque alguna vez ni puedo que deos y tu no puedes hasta te llegas a meter?

3. ¿Te fue fácil leer el texto de la imagen?

Si porque expresa un mensaje a gradado para los niños.

4. ¿Cuánto te gustaron las imágenes?

La de la mujer maravilla.

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE PIEZAS GRAFICAS

1. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

Que hay personas que son muy malas por que
movieren la mente de los adolescentes y
ellos que fumen

2. ¿Qué mensaje te deja las imágenes mostradas?

Que primero tenemos que ver con
que amistades se junta y no caer
en ese vicio no hacer caso
deis no

3. ¿Te fue fácil leer el texto de la imagen?

Si muy claro

4. ¿Cuánto te gustaron las imágenes?

Mucho por que son muy coloridas
muy bonitas

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE PIEZAS GRÁFICAS

1. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

De que hay persona mala que nos hacen
dolor de cabeza cosas malas
que matan pero comen
y algunos lo hacen

2. ¿Qué mensaje te deja las imágenes mostradas?

De que no hay que confiar en ~~algun~~ cualquier
persona porque en algún momento te pueden
hacer dolor y meterse en un virus.

3. ¿Te fue fácil leer el texto de la imagen?

Si

4. ¿Cuánto te gustaron las imágenes?

Mucho porque son imágenes que
dan mensajes y de lo malo que
pueden ser las personas.

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE PIEZAS GRAFICAS

1. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

los superhéroes derrotados por las drogas

2. ¿Qué mensaje te deja las imágenes mostradas?

De que las drogas son malas me dicen como el superhéroe

3. ¿Te fue fácil leer el texto de la imagen?

si

4. ¿Cuánto te gustaron las imágenes?

mucha porque nos muestra lo malo que es la droga.

FORMATO DE EVALUACIÓN SOBRE LA FUNCIONALIDAD DE LAS PIEZAS GRÁFICAS (DOCENTES)

EVALUACIÓN DE ARTES FINALES A RECTORA Y DOCENTES DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE

1. ¿Cómo consideran que llegaría la comunicación visual de los artes?

- Estar muy bonito
- llamativo.
- Único.
- Novedoso
- Impactante
- con mensaje directo.
- el mensaje es sencillo
- pero claro

2. ¿Creen correcto el mensaje enviado mediante la gráfica mostrada?

- Sí porque se ve que la persona que le da los drogas le daña
- lastima.
- Pega.
- Enseña que no se debe confiar
- Muestra la realidad y perdición de el que los niños o cualquiera se meten.

**FORMATO DE EVALUACIÓN A ALUMNOS DE LA ESCUELA
DR. MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE**

**FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTES INICIALES
(Focus group alumnos)**

8 Niños de 7^{mo}.

1. ¿Fue fácil leer el texto de la imagen?

- No
- Las letras son muy grandes
- Se lee bien
- Se lee rápido
- es claro

2. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las imágenes mostradas?

- están más bonitas que las anteriores
- el superman está destruido
- lo atacó la droga
- Es una batalla de Bueno y Malo
- Son como posters de películas.

- Preguntas
El monstruo es Malo o la droga?
A quién se parece?
El malo obliga que tome o fume?




3^o Características para cambiar.

- La Muerte debe ser Flaca
- Se debe esconder
- Ponerle oscuridad
- La gente es malo porque lo obligan a que fumes droga.
- El malo debe ser más desecol.
- El es el drogadicto

**FORMATO DE EVALUACIÓN A ALUMNOS DE LA ESCUELA DR.
MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE**

**FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTES INICIALES
(Alumnos)**

1. ¿Qué opción te agrada más?

	OPCIÓN A	
	OPCIÓN B	
	OPCIÓN C	✓

2. ¿Qué palabra identifica la imagen seleccionada?

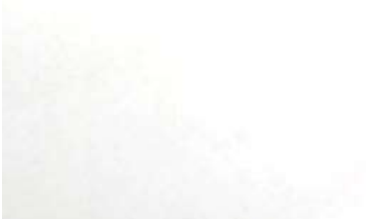
- daños
- destrucción por consumo

3. ¿Qué mensaje te deja la imagen seleccionada?

que no se debe consumir porque así
quedaríamos destruidos




4. ¿Fue fácil leer el texto de la imagen?

algo la letra está sin dibujos



FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTES INICIALES
(Alumnos)

1. ¿Qué opción te agrada más?

	OPCIÓN A	
	OPCIÓN B	
	OPCIÓN C	X

2. ¿Qué palabra identifica la imagen seleccionada?

destrozo fácilmente

3. ¿Qué mensaje te deja la imagen seleccionada?




*Que el consumo me destruye la vida
y a mi familia*

4. ¿Fue fácil leer el texto de la imagen?

debería tener colores para verlo mejor

FORMATO DE EVALUACIÓN DE ARTES INICIALES
(Alumnos)

1. ¿Qué opción te agrada más?

	OPCIÓN A	✓
	OPCIÓN B	
	OPCIÓN C	

2. ¿Qué palabra identifica la imagen seleccionada?

depo en la vida y en el cuerpo

3. ¿Qué mensaje te deja la imagen seleccionada?

que si captas drogas nunca mas estara
bien porque estas destruido y muerto

4. ¿Fue fácil leer el texto de la imagen?

Drogas si se ve pero en la no mucho.



Anexo 3

ENCUESTA A ESTUDIANTES DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE



Anexo 4

EVALUACION DE ARTES INICIALES A ESTUDIANTES DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE



Anexo 5

EVALUACION DE ARTES FINALES A ESTUDIANTES DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE



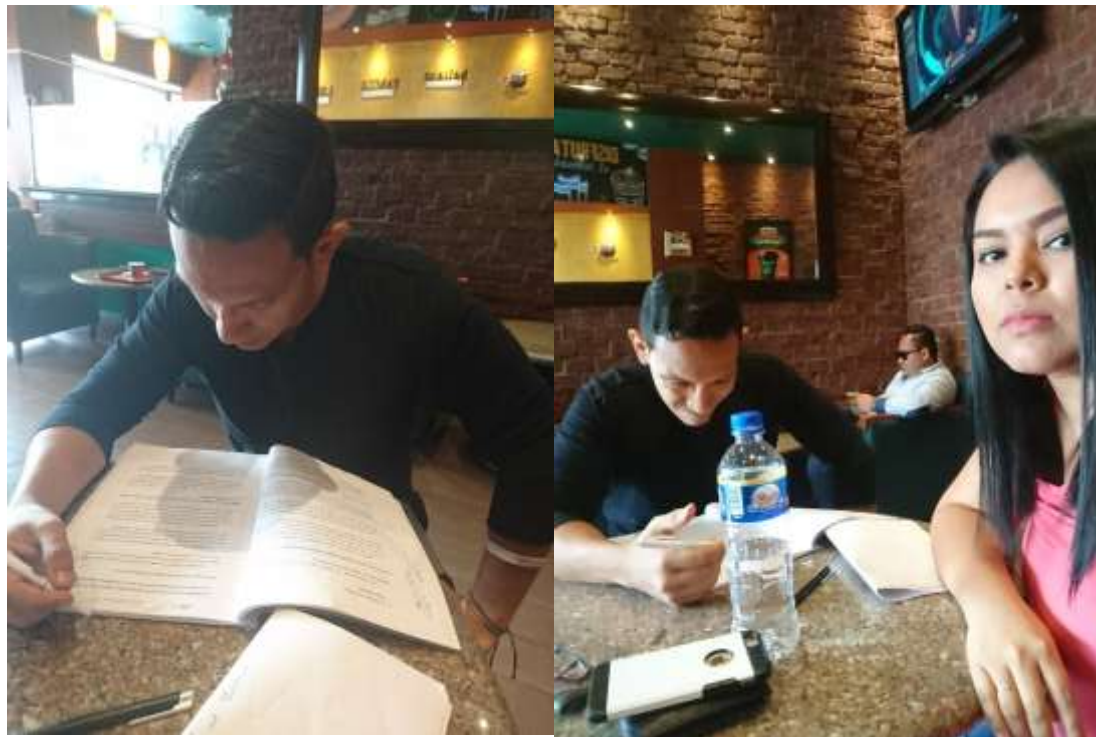
Anexo 6

EVALUACIÓN DE ARTES FINALES A RECTORA Y DOCENTES DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GOMEZ LINCE



Anexo 7

ENTREVISTA AL LCDO. MAGNO MERINO LUNA





**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth**, con C.C: # **0930444286** autor/a del trabajo de titulación: **“Diseño de campaña de concientización para prevenir el consumo de drogas en los estudiantes del 7° grado de la escuela Dr. Manuel Ignacio Gómez Lince de la ciudad de Guayaquil utilizando la serigrafía como herramienta de difusión.”** previo a la obtención del título de Lcda. en Gestión Gráfica Publicitaria en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **8 de marzo de 2018**

f. _____

Pacheco Aldeán, Johanna Elizabeth

C.C: 0930444286

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	DISEÑO DE CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN PARA PREVENIR EL CONSUMO DE DROGAS EN LOS ESTUDIANTES DEL 7° GRADO DE LA ESCUELA DR. MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL UTILIZANDO LA SERIGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN.		
AUTOR(ES)	PACHECO ALDEAN, JOHANNA ELIZABETH		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	ING. JARAMILLO VALLE, FÉLIX ENRIQUE, MGS.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Arquitectura		
CARRERA:	Gestión Gráfica Publicitaria		
TITULO OBTENIDO:	Lcda. en Gestión Gráfica Publicitaria		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	8 de marzo de 2018	No. DE PÁGINAS:	140
ÁREAS TEMÁTICAS:	Diseño gráfico, diseño de campaña, plan de marketing		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Campaña, drogas, diseño, concientizar, prevenir, medios de difusión, serigrafía, adolescentes, escuela		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El diseño de campaña para prevenir el consumo de drogas, hace uso de la técnica de impresión en serigrafía, teniendo como propósito causar un mayor impacto en los adolescentes con la finalidad de concientizar sobre el uso y consumo de drogas ilícitas, un mal que va en aumento con el pasar del tiempo y afecta inicialmente a los adolescentes de 12 a 14 años. Por medio de las piezas graficas desarrolladas para la difusión de la campaña se pretende disminuir el riesgo de consumo, mostrando gráficamente un mensaje claro y directo, usando una comunicación identificativa con los adolescentes y elementos que permitan un recuerdo perenne de la campaña. Dentro de la campaña se hace uso de carteles formativos, estos están elaborados con la finalidad de generar actitudes, impacto en la conciencia y emociones en el receptor. Además, se usa un tono de comunicación informal lo que facilita la aceptación y crea inquietud en el adolescente.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: +593-9-84949090	E-mail: joha_girl24@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs.		
	Teléfono: +593-9-4665153		
	E-mail: wdavid7@hotmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			