



Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA DE VISIBILIDAD SOBRE LA DEPRESIÓN EN ADOLESCENTES PARA
DAR A CONOCER LOS SÍNTOMAS E INCITAR A LOS JÓVENES A PEDIR AYUDA,
DIRIGIDA A PERSONAS DE 13 A 15 AÑOS QUE ESTUDIAN EN EL INSTITUTO
EVANGÉLICO AMÉRICA LATINA

SKARLETH ALESSANDRA MELÉNDEZ SANTOS

Guatemala, julio de 2023.



Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA DE VISIBILIDAD SOBRE LA DEPRESIÓN EN ADOLESCENTES PARA
DAR A CONOCER LOS SÍNTOMAS E INCITAR A LOS JÓVENES A PEDIR AYUDA,
DIRIGIDA A PERSONAS DE 13 A 15 AÑOS QUE ESTUDIAN EN EL INSTITUTO
EVANGELICO AMÉRICA LATINA

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado al Consejo de

Facultad de Arquitectura y Diseño

por

SKARLETH ALESSANDRA MELENDEZ SANTOS

Al conferírsele el título de

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, julio de 2023.

Guatemala, 21 de febrero del 2023

Señores Consejo de Facultad
Arquitectura y Diseño
Universidad del Istmo

Estimados Señores:

Hago de su conocimiento que he asesorado a SKARLETH ALESSANDRA MELÉNDEZ SANTOS, estudiante de la licenciatura en Diseño Gráfico, quien se identifica con carné 2010-133 y que presenta el Proyecto de Graduación titulado "Campaña de visibilidad sobre la depresión en adolescentes, para dar a conocer los síntomas e incitar a los jóvenes a pedir ayuda, dirigida a personas de 13 a 15 años que estudian en el Instituto Evangélico América Latina"

Me permito informarles que la citada estudiante ha completado el Proyecto de Graduación a entera satisfacción, por lo que doy un dictamen favorable del mismo.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes,

Atentamente,



Lic. Antonio Gaitán
Asesor de Proyecto de Graduación



UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala, 6 de marzo de 2023

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA
Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el Trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **SKARLETH ALESSANDRA MELÉNDEZ SANTOS**, la impresión de su proyecto de graduación, titulado:

“CAMPAÑA DE VISIBILIDAD SOBRE LA DEPRESIÓN EN ADOLESCENTES PARA DAR A CONOCER LOS SÍNTOMAS E INCITAR A LOS JÓVENES A PEDIR AYUDA, DIRIGIDA A PERSONAS DE 13 A 15 AÑOS QUE ESTUDIAN EN EL INSTITUTO EVANGÉLICO AMÉRICA LATINA”

Previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

Índice

Antecedentes.....	1
1. Marco de Referencia.....	5
2. Marco Teórico.....	7
3. Marco Metodológico.....	17
3.1 Método.....	17
3.2 Universo o Población.....	17
3.4 Instrumento.....	18
4. Procedimiento.....	21
5. Análisis de Datos.....	22
6. Estrategia de Comunicación.....	28
6.1 Identificación del Problema.....	28
6.2 Objetivos de Diseño.....	28
6.3 Descripción del grupo Objetivo.....	29
6.4. Cliente.....	30
6.5 Propuesta de Diseño.....	33
7. Desarrollo de propuesta.....	41
8. Proceso de Validación.....	67
9. Información General.....	72
11. Producción y Reproducción.....	87
12. Detalle de Piezas y Calendario.....	89

13. Presupuesto de Producción y Reproducción.....	90
14. Informe de Artes Finales.....	92
15. Observaciones Generales.....	94
16. Conclusiones.....	95
17. Recomendaciones.....	96
18. Glosario.....	96
19. Referencias.....	98

Antecedentes

La depresión es una enfermedad clínica que afecta física y mentalmente a la persona que la padece; siendo uno de sus síntomas más destacados el desánimo, malhumor y melancolía. Según estudios se ha demostrado que aproximadamente el 8% de los adolescentes padecen depresión, esta suele afectar más a mujeres con un 13% y solo el 4.6% en hombres. La Organización Mundial de la Salud (OMS) indicó que en el año 2020 la depresión se convertirá en la segunda causa de incapacidad en el mundo, ocupando las enfermedades isquémicas el primer lugar (infartos, insuficiencia coronaria, accidente cerebrovascular, entre otras).

La depresión es considerada uno de los trastornos más antiguos. En la Antigua Grecia el filósofo griego Hipócrates, quien es considerado el padre de la medicina, enseñaba que para mantener la salud mental se debía tener en equilibrio los cuatro humores: la sangre, la flema, la bilis amarilla y la melancolía. “Melanjole” o “bilis negra” fue el término que Hipócrates utilizó para describir la tristeza en el individuo al tener exceso de bilis negra y es lo que hoy se conoce como depresión.

Alrededor del siglo XVII el médico Thomas Willis descartó la teoría de Hipócrates y concluyó que el padecimiento es consecuencia de procesos químicos del cerebro. Más tarde, a finales del siglo XIX Sigmund Freud y Emil Kraepelin empiezan a estudiar más puntualmente la enfermedad. Freud llega a la conclusión que la depresión es el contraste entre “el ello” la naturaleza básica del ser humano y el “súper yo” las reglas sociales. A diferencia de Emil, quien estableció que la enfermedad tenía causas orgánicas vinculadas a elementos hereditarios.¹

¹ www.depression.about.com Consulta: 20/02/2013

A lo largo del siglo XX al término depresión se le atribuyeron diversos tipos; entre los cuales se encuentra el trastorno afectivo bipolar o maníaco depresivo, trastorno distímico y trastorno depresivo mayor.

La Revista Médica de Costa Rica y Centroamérica informó que, el número de personas que sufre depresión crece año con año y se ven más afectados los niños y adolescentes. Aproximadamente 1 de cada 20 padece este trastorno y quienes no son tratados a tiempo presentan de nuevo síntomas en la adultez. Cuando un niño menor de 8 años sufre de depresión es más difícil detectarla ya que este tiene síntomas que no expresa verbalmente, por ejemplo: quejas de salud constantes, problema de comportamiento y desinterés. En niños entre los 9 y 12 años los síntomas son más expresivos con actitudes como querer huir de casa, problemas de baja autoestima, desesperanza o deseo de morir. En el caso de los adolescentes de 12 a 17 años se expresa más como alteraciones de sueño, desilusión, problemas de autoestima, inadaptación o rebeldía.

En el año 1992 Berganza y Aguilar realizaron estudios sobre la depresión en adolescentes Guatemaltecos, que dio como resultado que el 35% de los adolescentes presentaban depresión, de ellos el 20.9% eran hombres y el 48.8 mujeres.

Como se puede notar la depresión afecta más a las mujeres que a los hombres y esto se debe a que las mujeres tienen menos posibilidades de canalizar impulsos agresivos, además la depresión afecta de diferente manera a ambos. Dentro de la misma investigación realizada por Berganza y Aguilar se dio a conocer que la autoestima baja o negativa es uno de los principales indicios de depresión y entre más pronto sea detectada será más sencillo controlar los desórdenes depresivos en la edad adulta.²

² *Página oficial instituto América Latina colegios.alatina.org Consulta: 20/02/2013*

En Guatemala se ha visto día con día el incremento de esta enfermedad, empezando con problemas de baja autoestima. Cuando un joven sufre de baja autoestima se siente mal consigo y tiende a ser retraído, melancólico y pesimista; características que pueden llevarlos a caer en depresión. Un joven con depresión puede llegar a sufrir situaciones trágicas como el suicidio, si esta no es detectada y tratada a tiempo.

El Instituto Evangélico “América Latina” se encuentra ubicado en la tercera avenida 1-44 zona 13 de la ciudad de Guatemala. Fue fundado hace más de 50 años por el Dr. Virgilio Zapata y su esposa Beatriz Espinoza de Zapata, con el fin que los niños y jóvenes tuvieran un lugar en el cual fuera posible formar líderes cristianos íntegros. Actualmente han cumplido con este fin y han logrado alentar a muchos jóvenes a continuar con sus estudios y alcanzar su desarrollo personal. Para contribuir con dicho fin, se determinó como tema de investigación “La baja autoestima como causa de depresión en jóvenes Guatemaltecos”, la cual tiene como consecuencia el poco interés de la superación personal e inadaptación dentro del entorno.³

A partir de este problema, se determinaron los siguientes objetivos para la investigación:

- Identificar y describir comportamientos que muestren signos de baja autoestima en los jóvenes.
- Identificar las causas de la depresión en jóvenes de 15 y 16 años
- Describir los síntomas de jóvenes que padecen depresión
- Informar los efectos que la depresión causa en la sociedad guatemalteca
- Definir las recomendaciones para prevenir la depresión.

³ Universidad del valle de Guatemala, departamento ciencias sociales: coedu.usf.edu / Consulta: 20/02/2013

El estudio del tema “Depresión en adolescentes” es importante para Guatemala, ya que como se indicó con anterioridad, es una enfermedad que avanza año tras año y la población joven se está viendo seriamente afectada. Se ha estipulado que en el año 2025 la depresión se convertirá en la segunda causa de impotencia más grande en el mundo, lo cual indica que al cabo de algunas décadas todos esos jóvenes y niños que fueron atacados con episodios de depresión, estarán propensos a sufrirlos de nuevo en la adultez.

La depresión es un trastorno que dificulta a la persona ser útil para la sociedad que le rodea ya que la mayor parte del tiempo se encuentra sola, sufre de cansancio inexplicable, mal humor y recurrentes pensamientos negativos. Actualmente Guatemala se caracteriza por ser un país con personas trabajadoras que día a día enfocan sus esfuerzos en tener un mejor futuro. Si los jóvenes y niños, quienes son el futuro de Guatemala, tienden a sufrir de depresión y este siga siendo un tema que la sociedad guatemalteca desconozca o ignore; a corto, mediano y largo plazo se contará con una sociedad que padece de este trastorno sin siquiera saberlo y sus consecuencias serán inevitables. Esta investigación permitirá realizar un material que ayude a los guatemaltecos a concientizarse e informarse sobre el tema y tratarlo de manera preventiva.

1. Marco de Referencia

1.1 Área Geográfica

Guatemala es un país situado en América Central, limita al Oeste y Norte con México, al Este con Belice y el golfo de Honduras, al Sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el océano Pacífico. Cuenta con 22 departamentos y tiene una superficie total de 108.890 km² y dos terceras partes del territorio de Guatemala están formadas por montañas, muchas de ellas de origen volcánico.

La ciudad de Guatemala es un área ubicada en el valle de la Ermita, conocida originalmente como Nueva Guatemala de la Asunción, la ciudad se encuentra localizada en el área Surcentro del país, su extensión es de 996 km y su altitud es de 1.592 metros, latitud de 14o 37' 15"N y longitud de 90o 31' 36" o. sus temperaturas se encuentran entre los 12 y 28 °C lo cual hace que cuente con un clima primaveral y existen alrededor de 1.149.107 personas de las cuales la mayoría hablan el idioma español. Está rodeada al norte por Baja Verapaz, al Sur con Escuintla, al Este con el Progreso, Jalapa y Santa Rosa y al Oeste con Chimaltenango y Sacatepéquez. Su extensión territorial es de 2, 126 km².

1.2 Descripción antropológica

Guatemala cuenta con una diversa cultura, herencia de los mayas con influencia española y es considerada un país multicultural, multilingüe y multiétnico, además de ser rico en vida natural y bastos recursos naturales. El idioma oficial es el castellano y adicionalmente cuenta con 23 idiomas mayas e idiomas xinca y garífuna. Su población es de 13.276.517 habitantes, de los cuales el 60% está conformado por la población ladina y el 40% por la población indígena y garífuna.

Guatemala es un país reconocido por sus diversas tradiciones y costumbres, por lo cual cuentan con varias festividades como: Semana Santa, el día de los muertos, el baile de los moros, feria de Jocotenango, entre otras. La mayoría de la población Guatemalteca es rural, pero el área urbana está creciendo considerablemente y a un ritmo bastante acelerado, por lo cual poco a poco se ha visto obligada a ampliarse. Las religiones dominantes son la católica y protestante. Existe más población femenina por sobre la masculina y la esperanza de vida es de 63 años para los hombres y 68 para las mujeres. La mortalidad infantil es de 43,03 muertes por cada 1000 habitantes, la tasa de mortalidad es de 4,92 muertes por cada 1000 habitantes y la tasa de natalidad es de 26,48 nacimientos por cada 1000 habitantes. El alfabetismo en Guatemala es de 75% en hombres y 63% en mujeres. ⁴

⁴ www.visitguatemala.com Consulta: 27/02/2013

2. Marco Teórico

2.1 Depresión en adolescentes

2.1.1 La depresión

Los médicos que tratan la depresión hacen una distinción entre estas dos formas: la más severa y de menor duración se diagnostica como depresión mayor, y la de mayor duración, pero menos severa, como distimia.

2.1.2 ¿Qué es la depresión?

Al hablar de depresión se puede remontar incluso a la época de las cavernas, este es uno de los trastornos más antiguos y aun existentes, durante mucho tiempo esta enfermedad fue considerada como melancolía y se le atribuía a los artistas, ya que estos la padecían.

La depresión es una enfermedad psicológica que afecta principalmente el área afectiva, y sus síntomas más notorios son un estado de tristeza e infelicidad constante. Este es uno de los más comunes y más serios problemas de la salud que enfrenta nuestra sociedad en la actualidad.

Este mal afecta a las personas no solo emocionalmente, también repercute en su trabajo, su desenvolvimiento social, relaciones interpersonales y familiares. La depresión es una enfermedad tratable, al igual que la diabetes o la hipertensión. Y se cree equivocadamente que la depresión es normal en personas mayores, adolescentes, mujeres menopáusicas, madres primerizas o en personas que padecen enfermedades crónicas. Pero este es un concepto equivocado, no importa la edad, sexo u otro factor, la depresión no es una condición normal. Cualquier persona que experimente síntomas depresivos debe ser diagnosticada y tratada para no padecerla y si se tienen síntomas significativos tratarla a tiempo.

2.1.3 Síntomas de la depresión

Los síntomas que presentan la mayoría de personas que padecen depresión suelen ser los que a continuación se presentan, sin embargo esto depende de cada persona:

- Falta de energía
- Sensación de cansancio permanente
- Incapacidad para disfrutar de cosas que antes provocaban placer
- Desinterés por estar con amigos y familiares
- Irritabilidad, enojo o ansiedad
- Incapacidad para concentrarse
- Pérdida o aumento considerable de peso
- Incapacidad para dormirse, permanecer despierto o levantarse por la mañana.
- Sentimientos de culpa o de inutilidad
- Enfermedades leves constantes
- Pesimismo e indiferencia
- Pensamientos de muerte o suicidio

2.1.4 Tipos de Depresión

2.1.4.1 Maniaco depresivo

El trastorno afectivo bipolar produce cambios del ánimo de manía a depresión, con una tendencia a recurrir a desaparecer espontáneamente. Tanto los episodios maníacos como los depresivos pueden predominar y producir algunos cambios en el estado de ánimo, o los patrones de cambios del estado de ánimo pueden ser cíclicos, comenzando a menudo con una manía que termina en una depresión profunda. A algunas personas se las denomina cicladores rápidos porque su ánimo puede cambiar varias veces en un día. Otros presentan lo que se determina como

"estados mixtos", en donde los pensamientos depresivos pueden aparecer en un episodio de manía o viceversa, comúnmente se ve más reflejada en niños.

2.1.4.1.1 Síntomas de fase depresiva:

- Pérdida de la autoestima
- Ensimismamiento
- Sentimiento de desesperanza
- Sentimiento de culpabilidad excesiva
- Fatiga
- Cansancio o aburrimiento
- Inercia
- Insomnio
- Problemas de concentración
- Dificultad para tomar decisiones
- Pérdida del apetito
- Pérdida involuntaria de peso
- Pensamientos anormales sobre la muerte
- Pensamientos sobre el suicidio
- Planificación de suicidio o intentos de suicidio
- Disminución del interés en las actividades diarias
- Disminución del placer

2.1.4.1.2 Síntomas de fase maniaca:

- Exaltación del estado de ánimo
- Aumento de las actividades orientadas hacia metas
- Ideas fugaces o pensamiento acelerado
- Autoestima alta
- Menor necesidad de dormir
- Agitación
- Hablar más de lo usual o tener la necesidad de continuar hablando
- Caminar de un lado a otro
- Torcer las manos
- Inquietud excesiva
- Aumento involuntario del peso
- Bajo control del temperamento
- Patrón de comportamiento de irresponsabilidad extrema
- Aumento en la actividad dirigida al plano social
- Delirios
- Alucinaciones

2.1.4.1.2 Trastorno distímico: Tipo de depresión que se visualiza por un tiempo prolongado.

Los síntomas son:

- Sentimientos de incompetencia
- Pérdida generalizada de interés o placer
- Aislamiento social

- Sentimientos de culpa o tristeza
- Irritabilidad o ira excesiva
- Descenso de la actividad, la eficiencia y la productividad

En general, los niños y adolescentes con un trastorno distímico presentan síntomas como: Irritabilidad, inestabilidad y tristeza, baja autoestima, escasas habilidades sociales y constante pesimismo.

2.1.5 Depresión en adolescentes

Según estudios, se ha demostrado que, uno de cada ocho adolescentes padece depresión. En Guatemala está afecta más a mujeres por razones desconocidas. Sin embargo, existen algunos hombres que la padecen. Las causas de la depresión pueden ser varias, sin embargo las más notorias en la sociedad guatemalteca son: desintegración familiar, falta del padre como cabeza de hogar, baja autoestima y la poca o nula aceptación de sí mismos.

2.1.5.1 Depresión en adolescentes guatemaltecos

Las causas de la depresión son múltiples; sin embargo se puede denotar como principales consecuencias la falta de afecto en el hogar, poca convivencia con la familia, familias desintegradas o malas compañías. Estas son las más comunes. La depresión no distingue estatus social u otro factor ya que también son afectadas personas que cuentan con acceso a un estilo de vida arriba de la media, pero como es bien sabido, el dinero y éxito no representa la genuina felicidad. Por ello, se concluye que las causas más comunes son problemas relacionados con afecto y compañía.

Las consecuencias que tiene la depresión en la sociedad guatemalteca son de gran preocupación, ya que se ve más allá de un desorden. Por ejemplo, cuando un joven se siente fuera de lugar en su hogar o discriminado en la escuela u otros lugares de relaciones sociales busca un

grupo al cual pertenecer para no sentirse solo, es así cuando los grupos delictivos como maras, aparecen y brindan la “calidez” o “Sentido de hogar” a la persona.

La depresión es una enfermedad que tiene serias repercusiones no solo a quien la padece sino a las personas que se encuentran a su alrededor, tales como familia, amigos, compañeros de trabajo, etc.

2.1.6 Instituciones

2.1.6.1 Hospital Nacional de Salud Mental

Se cuenta con un solo hospital psiquiátrico para toda la nación, el Hospital Nacional de Salud Mental, con capacidad muy limitada y en el cual se atiende solamente a adultos (mayores de 16 años). Atiende al 60% de la población nacional. El hospital atiende urgencias psiquiátricas y tiene siete pabellones en un área de diez manzanas de terreno. Los pabellones se distribuyen de la siguiente manera:

- Pabellón 1: Intensivo de mujeres, la media de hospitalización es entre siete y diez días. Tiene una capacidad instalada de veinte camas.
- Pabellón 2: Paciente crónicos geriátricos (hombres y mujeres). Tiene una capacidad instalada de cuarenta y siete camas.
- Pabellón 3: Pacientes crónicos no geriátricos mujeres. Tiene una capacidad instalada de sesenta y siete camas.
- Pabellón 4: Este se divide en dos: Pacientes crónicos no geriátricos varones y psiquiatría forense. Tiene una capacidad instalada de setenta y dos camas.
- Pabellón 5: Hogares protegidos, estos funcionan como parte del programa de reinserción social y es un área donde el paciente empieza a responsabilizarse de su propia seguridad

y cuidado, bajo una supervisión constante. Actualmente funciona como programa piloto con nueve mujeres.

- Pabellón 6: Pacientes crónicos no geriátricos varones. Tiene una capacidad instalada de sesenta y siete camas.
- Pabellón 7: Intensivo de hombres, tiene un promedio de hospitalización de siete a diez días y una capacidad instalada de veinte camas.

2.1.6.2 Instituto de salud mental Dr. Federico Mora

Este se encuentra en la zona 18 de la ciudad de Guatemala en la 9°. Calle 1-96 zona 3, Colonia El Rosario. Mixco. Teléfono 5943-0080, contacto: sosguate@quik.guate.com con el Dr. Víctor Hugo López. Atienden a Jóvenes y niño, hombres y mujeres con rangos de edad de 0 a 23 años. Sin distinción de grupos étnicos. Atención Integral a la niñez desprotegida que han perdido a sus padres y se encuentran en estado de orfandad. Se desarrollan cursos relacionados con contenidos específicos del área en que se desenvuelven cada uno de los colaboradores, así como programas de capacitación y la inserción a la sociedad de niños y jóvenes.

En el área educativa se han graduado jóvenes y señoritas en diferentes carreras y profesiones que ofrece el país, en el área vocacional se han capacitado en talleres como: repostería, carpintería, sastrería, corte y confección y se han preparado para que puedan continuar a nivel universitario.

2.2.7 Temas relacionados

2.2.7.1 World for all:

Esta fue una campaña realizada por la agencia de publicidad Ogilvy, lanzada en Mumbai, India. La cual pretendía transmitir el mensaje “adoptar un perro es una cura para la depresión”. La manera en la que se trabajó la campaña fue sumamente creativa y consta de varias piezas en

las que se puede ver como el perro salva a su dueño en situaciones en las que su vida peligra. La idea en que las piezas sean a base de sombras y figuras simples hace que se note claramente la acción que la persona está a punto de realizar y como el perro evita que acabe con su vida. Los colores beige y negro hacen que la escena tenga un tono dramático que ayuda a transmitir claramente el mensaje.⁵

Figura 1: World for all:



Fuente: thinkinus.com

2.2.7.2 Advertising therapy:

Esta fue una campaña realizada por la firma Umea Energi en Suecia, en algunos lugares de Suecia durante el invierno la luz solar solo se ve aproximadamente 3 horas al día, estudios identificaron que durante el invierno los pobladores padecían de alteraciones afectivas constantes y esto se debía a la escasez de luz solar. Por todo esto la campaña consistía en utilizar la

⁵ www.thinkinus.com Consulta: 6/03/2013

publicidad en las paradas de bus como una herramienta para disminuir la depresión, la manera de hacerlo fue poniendo luz solar simulada, muy parecida a la fototerapia sin emitir rayos UV, en cada una de las paradas de buses, esto no solamente llamaba la atención del público si no a su vez daba a la población la oportunidad de disfrutar de una simulada luz solar, con lo cual se esperaba generar cambio en las alteraciones afectivas. La campaña estuvo vigente por 3 semanas. Fue una estrategia novedosa y a su vez no solo buscaba informar, si no enfrentar y solucionar el problema que se tenía.⁶

Figura 2: Advertising therapy



Fuente: informabtl.com

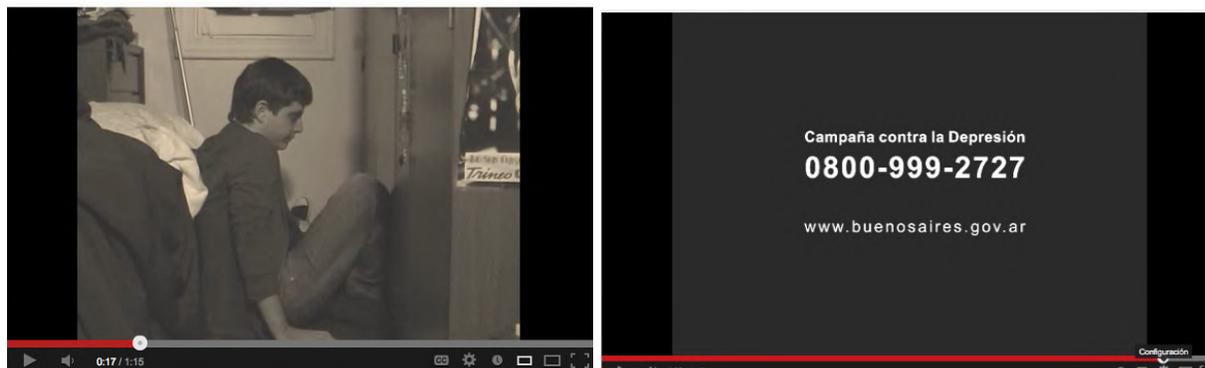
2.2.7.3 Campaña contra la depresión

Esta campaña fue lanzada en Buenos Aires, Argentina por el Gobierno de la ciudad con el fin de informar a las personas sobre la depresión y alentarlos a prestar atención a personas que podrían estarla padeciendo. Esta es una campaña que se inició con un video en el que se informa

⁶ www.informabtl.com Consulta: 6/03/2013

y muestra los síntomas de depresión, da apoyo visual en todo momento a lo que está siendo narrado por lo cual fue una campaña de clara comprensión para el público.⁷

Figura 3: Campaña contra la depresión



Fuente: [youtube.com/@PublicidadFundacion](https://www.youtube.com/@PublicidadFundacion)

⁷ www.youtube.com Consulta: 6/03/2013

3. Marco Metodológico

3.1 Método

3.1.1 Método deductivo

El método deductivo es el procedimiento de un investigador para hacer de su actividad una práctica científica. Sus pasos son: observación del fenómeno, creación de una hipótesis, deducción de las consecuencias y verificación de la hipótesis. Es un método que va de lo general a lo particular.⁸

3.2 Universo o Población

3.2.1 Universo 1: Tres psicólogos, especialistas que laboran en el Instituto América Latina y conocen a los jóvenes.

3.2.2 Universo 2: Cinco maestros que laboran en el área de básicos en la institución América Latina, ellos son los que conviven con los jóvenes y conocen su comportamiento.

3.2.3 Universo 3: Cincuenta y cinco alumnos del grado tercero básico que asisten a la institución América Latina, ellos serán el objetivo de la investigación.

3.3 Muestra: La muestra es la fórmula que utilizaremos para medir el número de personas a ser entrevistadas para tener información y datos más específicos y verídicos. A continuación la muestra según el tipo de población:

3.3.1 Muestra 1:

Aplicando la fórmula estadística $n = \frac{0.25N}{(\alpha/z)^2 (N-1) + 0.25}$, se tiene como resultado total:

3 psicólogos

⁸ www.planeacionestrategica.blogspot.es Consulta: 18/03/2013

3.3.2 Muestra 2:

Aplicando la fórmula estadística $n = 0.25N / (\alpha/z)^2 (N-1) + 0.25$, se tiene como resultado total:

5 maestros

3.3.3 Muestra 3:

Aplicando la fórmula estadística $n = 0.25N / (\alpha/z)^2 (N-1) + 0.25$, se tiene como resultado total: 55 alumnos

3.4 Instrumento

A continuación se presentan los diferentes tipos de muestra a realizar según la población y la justificación de la misma.

3.4.1 Instrumento Médicos

Médicos especializados en psicología clínica, infanto-juvenil y psicología de la salud. La siguiente encuesta contiene el tipo de pregunta abierta ya que lo que se busca es aportar al proyecto conocimientos sobre lo que es la depresión y una opinión de personas experimentadas y conocedoras del tema.

La siguiente encuesta no tomará más de 20 minutos y busca ampliar nuestro conocimiento sobre el tema “Depresión en Adolescentes Guatemaltecos“. De antemano agradecemos su ayuda.

Especialidad: _____

Edad: _____

Género _____

¿Qué es la depresión?

¿Cuáles son los síntomas de la depresión?

¿La depresión en jóvenes ha aumentado en los últimos años?

¿Podría indicar algunas de las causas más frecuentes de la depresión?

- ¿Qué tipos de depresión existen?
- ¿Cuál es el tipo que más afecta a los jóvenes?
- ¿Son más afectados hombres o mujeres y por qué razón?
- ¿Cómo afecta esto a nuestra sociedad?
- ¿Existe alguna forma de manejarlo?

Proponga dos soluciones a este problema.

3.4.2 Instrumento Jóvenes:

Para esta población será utilizada un tipo de encuesta con preguntas abiertas para diagnosticar si la hipótesis que planteamos (que padecen de depresión) es correcta. Serán 5 preguntas y el resto del documento constará de 3 dibujos a realizar ya que en los dibujos podremos percibir como se encuentra el subconsciente y será más sencillo el análisis.

La siguiente encuesta consta de 5 preguntas sencillas y la realización de 3 dibujos, tomate tu tiempo. Gracias por tu colaboración.

Ocupación: _____

Edad: _____

Género _____

- ¿Qué tan constantes son tus cambios de humor?
- ¿Qué crees que espera tu sociedad de ti?
- ¿Qué situación te pone de mal humor?
- ¿Qué tipo de actividades te agradan?
- ¿Cómo definirías la relación con tus padres?

3.4.3 Instrumento Padres

A esta población se le realizará un tipo de encuesta con preguntas cerradas sobre el comportamiento de los adolescentes. Esta con el fin de facilitar la relación entre las respuestas de los adolescentes y los padres.

La siguiente encuesta no tomará más de 20 minutos y busca ampliar nuestro conocimiento sobre el tema “Depresión en Adolescentes Guatemaltecos“. Te pido puedas pensar en una persona que creas tenga este desorden y luego contesta la siguientes preguntas.

Ocupación: _____

Edad: _____

Género _____

¿Influyen los amigos en las decisiones de los jóvenes? Si () No ()

¿Tienen constantes cambios de humor? Si () No ()

¿Son poco habladores? Si () No ()

Cuáles de los siguientes síntomas son percibidos por ti, rellena el círculo al lado

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Falta de energía y sensación de cansancio permanente | <input type="radio"/> Insomnio. |
| <input type="radio"/> Incapacidad para disfrutar de cosas que antes provocaban placer. | <input type="radio"/> Sentimientos de culpa o inutilidad. |
| <input type="radio"/> Desinterés por estar con amigos y familiares. | <input type="radio"/> Enfermedades leves constantes. |
| <input type="radio"/> Irritabilidad, enojo o ansiedad. | <input type="radio"/> Pesimismo e indiferencia. |
| <input type="radio"/> Incapacidad para concentrarse. | <input type="radio"/> Pensamientos de muerte |
| <input type="radio"/> Pérdida o aumento considerable de peso | <input type="radio"/> suicidio |

4. Procedimiento

Actividad	Fecha	Detalle
Investigación por cuenta propia del tema	Miércoles 8-22 febrero	Realizar una investigación detallada y trabajo de campo para conocer acerca de la depresión.
Realización de encuestas	Miércoles 7 de marzo	Se realizarán las encuestas a los diferentes tipos de población antes mencionados.
Reunión con médicos especializados para encuestarlos	Lunes 19 de marzo	Se hará una junta con los especialistas en estas áreas.
Reunión con padres para encuestarlos	Lunes 2 de abril	Entrevistaremos a los padres para saber su punto de vista.
Reunión con adolescentes particulares para encuestarlos	Lunes 9 de abril	Reunión con los adolescentes para conocer cuánto ellos saben de ellos y las experiencias ya sean propias o de cercanos a ellos.

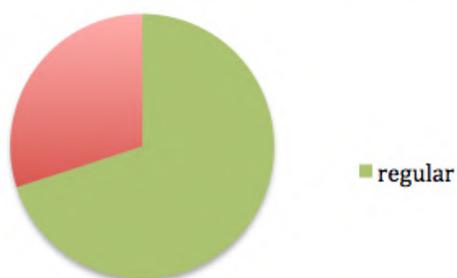
5. Análisis de Datos

5.1 Adolescentes

La grafica representa el porcentaje de jóvenes adolescentes entrevistados, que se cree sufren depresión y presentan cambios de humor.

Figura 4: Gráfica 1 – Adolescentes

1. ¿Que tan constantes son tus cambios de humor? ¿porque?



Fuente: Propia

Los jóvenes que se cree están afectados por este desorden tiene la idea de que su sociedad espera ayuda de parte de ellos, lo cual apoya a la teoría de uno de los expertos al decir que la distimia es la más común en jóvenes.

Figura 5: Gráfica 2 – Adolescentes

2. ¿Qué crees que espera tu sociedad de ti?



Fuente: Propia

Estas respuestas serán algunas de las más importantes para la investigación ya que nos da a conocer algunas de las razones más frecuentes de depresión. Y permitirá proponer soluciones adecuadas.

Figura 6: Gráfica 3 – Adolescentes

3. ¿Qué situación te ponen de mal humor?

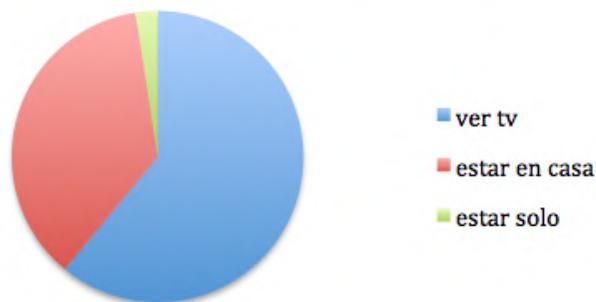


Fuente: Propia

Las actividades que los jóvenes hacen nos darán a conocer las razones de su humor. Ya que probablemente estas actividades contribuyan a la depresión.

Figura 7: Gráfica 4 – Adolescentes

4. ¿Qué tipo de actividades te agradan?

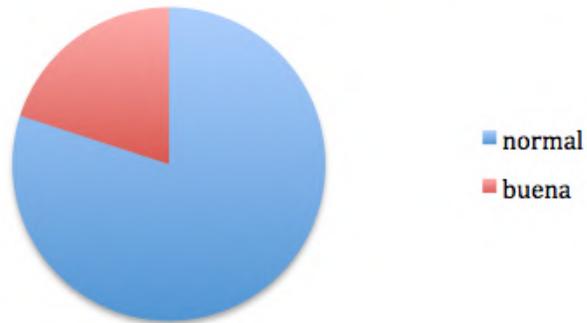


Fuente: Propia

La mayoría de los jóvenes con estos síntomas no están a gusto con las relación con sus padres, sin el apoyo paterno es difícil salir de este tipo de problema.

Figura 8: Gráfica 5 – Adolescentes

5. ¿Cómo definirías la relación con tus padres?



Fuente: Propia

5.2 Padres

El 100% de los padres no solo creen que los amigos son personajes de influencia en la vida de sus cercanos, sino que sus hijos también son influencia para otros.

Figura 9: Gráfica 1 – Padres

1. ¿Influyen los amigos en las decisiones de los jóvenes?



Fuente: Propia

Uno de los primeros síntomas de depresión en jóvenes es el cambio de humor constante, cambio que los padres no consideran normal.

Figura 10: Gráfica 2 – Padres

2. ¿tiene constantes cambios de humor?



Fuente: Propia

En los jóvenes con depresión suele ser común que no hablen mucho o se desenvuelvan fácilmente con las personas, así que este es un dato que nos ayuda a saber si esta hipótesis es verdadera.

Figura 11: Gráfica 3 – Padres

3. ¿Son poco habladores ?



Fuente: Propia

4. ¿Cuáles de los siguientes síntomas son percibidos por ti?

- Falta de energía y sensación de cansancio permanente - 100%

- Incapacidad para disfrutar de cosas que antes provocaban placer -100%
- Desinterés por estar con amigos y familiares - 90%
- Irritabilidad, enojo o ansiedad - 100%
- Incapacidad para concentrarse.- 50%
- Pérdida o aumento considerable de peso - 80%
- Insomnio - 60%
- Sentimientos de culpa o de inutilidad - 40%
- Enfermedades leves constantes - 30%
- Pesimismo e indiferencia - 100%
- Pensamientos de muerte o suicidio - 100%

Todos los padres están de acuerdo en el impacto que tiene el tema en la sociedad, sin embargo se les debe animar a ser parte de la solución al problema.

Figura 12: Gráfica 4 – Padres

5. ¿Crees que la depresión afecta a tu sociedad



Fuente: Propia

Conclusiones

1. La depresión es la enfermedad más frecuente en adolescentes, a un nivel básico, sin embargo existen quienes la padecen de manera seria.
2. Las causas más frecuentes de la depresión son; la relación con la familia, influencia de amigos, bullying en la escuela, casa o diferentes grupos sociales y la baja autoestima.
3. Los efectos de la depresión en la sociedad son serios ya que esta no solo afecta a la persona que la padece sino a las personas a su alrededor.
4. Existen diversas instituciones para tratar este problema, sin embargo el trato debería empezar en casa.
5. Recomendaciones
6. Hacer sentir importante a cada persona con la que nos relacionemos.
7. Tener en cuenta que no todos los comportamientos son “normales“, Si existen más de cuatro síntomas es mejor consultar a un experto.
8. Ser más observador e intentar ayudar a quien posiblemente pueda estar padeciendo, todas las persona son capaces de ayudar a alguien con escucha activa y empatía.
9. El interés en este tema no solo es para quien sufre la enfermedad o sus familiares, ya que como antes fue expuesto, es un problema que afecta a la sociedad entera.
10. Preocuparse por los niños que ya tienen estos síntomas en la juventud es un poco más complicado de tratar.

6. Estrategia de Comunicación

6.1 Identificación del Problema

A través de esta investigación se pudo determinar que la principal causa de la depresión en adolescentes en el Instituto América Latina entre los 15 y 16 años es la baja autoestima, esta como consecuencia de la falta de una relación saludable y estable con las personas de su entorno, las cuales en este caso son compañeros, amigos, maestros y padres de familia. La depresión en adolescentes trae consigo consecuencias como el suicidio, adicciones, problemas en su entorno y falta de activismo dentro de la sociedad.

Por lo anteriormente mencionado se ha detectado como problema el desconocimiento y la indiferencia de los padres y maestro respecto al tema de la depresión y las consecuencias que estas tiene.

6.2 Objetivos de Diseño

Diseñar un material informativo dirigido a los padres de chicos con depresión, con el fin de ayudar a identificar las características de la baja autoestima y como se puede tratar con ella para que esta no llegue a convertirse en depresión.

Idear un material educativo para el joven con bajo autoestima o depresión, el fin de este material es concientizar al joven sobre el valor que tiene para su familia y la sociedad. Así mismo, brindará consejos al joven sobre convivencia, grupos de apoyo y maneras de encontrar su pasión para desarrollarse en esa área.

Diseñar un material informativo dirigido a maestros que tratan con casos de jóvenes con depresión, con el fin de que ellos sepan de los síntomas de la depresión y el trato que se debe tener con estos jóvenes.

6.3 Descripción del grupo Objetivo

A continuación, se definen los aspectos demográficos y antropológicos de los grupos objetivos encontrados en el Instituto América Latina. Personas a quienes se le es dirigido el material con el tema depresión en adolescentes guatemaltecos.

6.3.1 Padres

6.3.1.1 Descripción Demográfica:

Hombres y mujeres entre los 40 y 45 años de edad de un nivel socioeconómico C-, C y C+ sus ingresos oscilan entre los Q7,000.00 y Q22,000.00 mensuales trabajando en la mayoría de los casos ambos padres. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y en algunos casos incluso los estudios universitarios. Son profesionales con un estilo de vida activo, comerciantes, ejecutivos en mandos medios, en algunos casos ejecutivos de empresas y dueños de pequeñas empresas. Viven en las áreas cercanas a las zona 13 en residenciales o colonias, gozan de varios bienes de confort (radio, televisión, electrodomésticos, etc.) y poseen vehículo propio.

6.3.1.2 Descripción Antropológica:

Hombres y mujeres preocupados por su familia y al pendiente que sus hijos reciban una educación de calidad, gozan frecuentemente de actividades recreativas en el interior del país y viven en la capital, su religión es evangélica y tienen una participación activa en la iglesia. Celebran en familia cumpleaños, navidades y actividades populares.

6.3.2 Maestros

6.3.2.1 Descripción Demográfica:

Hombres y mujeres de entre los 25 y 40 años de edad de un nivel socioeconómico C-, sus ingresos oscilan entre los Q3,000.00 y Q6,000.00 mensuales. Su nivel educacional supera los

estudios secundarios completos y en algunos casos incluso los estudios universitarios. Mantienen un estilo de vida activo y la mayoría de ellos viven en las áreas cercanas a la zona 13 en residenciales o colonias, gozan de algunos bienes de confort (radio, televisión, electrodomésticos, etc.) algunos poseen vehículo propio.

6.3.2.2 Descripción Antropológica

Hombres y mujeres, muchos de ellos solteros y de religión evangélica. Frecuentemente realizan actividades recreativas en el interior del país y viven en la capital, tienen una participación activa en la iglesia y en las actividades extracurriculares del instituto América Latina. Celebran cumpleaños, navidades y actividades populares en familia.

6.3.3 Jóvenes

6.3.3.1 Descripción Demográfica

Hombres y mujeres jóvenes entre los 15 y 16 años de edad, cuentan con un nivel socioeconómico C-, C y C+. Cursan el grado de tercero básico en el Instituto América Latina, viven en las áreas cercanas a las zona 13 en residenciales o colonias, gozan de varios bienes de confort (radio, televisión, electrodomésticos, etc.) y su familia posee vehículos propios.

6.3.3.2 Descripción Antropológica

Jóvenes que viven con sus padres, gozan frecuentemente de actividades recreativas en el interior del país y viven en la capital, su religión es evangélica y suelen ser parte de actividades juveniles en la iglesia y actividades deportivas. Celebran cumpleaños, navidades y actividades populares con su familia.

6.4. Cliente

A continuación, se presenta la descripción del Instituto América Latina, institución que tiene como fin formar líderes sobresalientes e íntegros para la sociedad guatemalteca.

6.4.1 Descripción del Cliente

El instituto América Latina es una institución privada dedicada a la educación escolar y espiritual. Cuenta con un nivel educativo desde preprimaria hasta diversificado. Se cuenta con variedad de actividades extracurriculares en las que los alumnos pueden participar y muchas de estas van dirigidas a actividades de emprendimiento, cuidado social y cuidado espiritual.

Misión: formar niños y jóvenes sobresalientes en todas las áreas de la vida, siendo personas de éxito, grandes profesionales viviendo al máximo el potencial que Dios les ha dado.

Visión: Formar generaciones de líderes cristianos formados en la organización para servir al reino de Dios influyendo con el carácter de Cristo a Guatemala, América Latina y el resto del mundo. Siendo obedientes a la gran comisión (Mateo 28: 18-20). Todo lo que se hace como organización debe apuntar a almas ganadas para Cristo, servir al pueblo de Dios y al pueblo de Guatemala.

6.4.2 Identidad Gráfica Actual

El instituto América Latina cuenta con escasa publicidad y boletines informativos impresos, no se tiene gran inversión en material impreso. Sin embargo, en el área digital intenta resaltar al tener toda programación en su página e incluso tener una red llamada “E-Campus” para sus estudiantes.

La identidad gráfica que el Instituto América Latina busca proyectar es una imagen seria, respetable y abierta a escuchar. Su diseño se basa en el color corinto, tipografía con serif Baskerville o sin serif Arial y retículas rectas para la distribución de información y fotografía. Para la papelería y campus virtual del alumnado es utilizado un diseño más juvenil basado en tipografías sin serif y color morado y amarillo.

Figura 13: Logotipo del Instituto America Latina



Fuente: www.alatina.org

Figura 14: Página Web del Instituto America Latina



Fuente: www.alatina.org

Figura 15: Plataforma estudiantil E-Campus del Instituto América Latina



Fuente: www.alatina.org

6.4.3 Posicionamiento

El instituto América Latina cuenta con un buen posicionamiento dentro del área educativa gracias a sus 60 años de experiencia y sus métodos tradicionales de enseñanza. Asimismo, es de la preferencia de los padres de familia y estudiantes ya que brindan al alumno una formación integrada tanto en el área académica como en el área espiritual y recreativa.

6.4.4 Recursos Financieros

Los recursos financieros del Instituto América Latina provienen del pago de mensualidad cubierta por los padres de los alumnos, también cuentan con actividades extracurriculares que ayudan al financiamiento de eventos especiales para los alumnos.

6.4.5 Área de cobertura

El área geográfica que cubrirá el proyecto será únicamente la sede central del instituto América Latina, el cual se encuentra ubicado en la 3ra. Ave. 1-44 zona 13 de la ciudad capital.

6.5 Propuesta de Diseño

6.5.1 Conceptualización

Para llegar al concepto final de todo el material gráfico se utilizaron 3 formas de conceptualización diferentes, las cuales se presentan a continuación:

6.5.1.1 Mapa Mental

Concepto: “Interacción personal”

Este concepto hace referencia a como hablar en persona causa más efecto en una persona que solo interactuando por un mensaje y como ese trato personal influye de manera positiva en una persona.

6.5.1.2 Brief Floral

Verdades: El entorno familiar y amistoso influye en el comportamiento del joven.

Canal: Hablar con la familia, amigos y maestros; pues son quienes más influyen en su comportamiento.

Insights: “Creo y confío en lo que mi familia y amigos opinan o piensen de mí”

Canal: Se da más importancia a lo que las personas cercanas opinan de mí que lo que se piensa de sí mismo.

Concepto: “Valoro lo que pienses de mí”

Al hacer el análisis de cada insight se encontró que el joven es fuertemente afectado por lo que sus seres cercanos piensen o digan de él, por lo tanto se buscará hacer énfasis en enseñar a los padres y maestros lo importante que es decir cosas positivas para motivar al joven.

6.5.1.3 Lluvia de ideas

Tristeza	Familia	Posición
Golpes	Apoyo	Aumento
Amor	Presencia	Autoestima
Falta	Afecto	Sociedad
Agresividad	Afectar	Personal
Valor	Drama	Dios
Oscuridad	Ira	Comprensión
Dolor	Suspense	Experiencia
Pasado	Desesperación	Grupo
Malo	Llanto	Convivencia
Perseverancia	Lagrimas	
Continuar	Superación	
Frente	Personalidad	
Baile	Presentimiento	
Luz	Esclavitud	
Complejo	Presión	
Superioridad	Sociedad	
Intimidación	Comprensión	
Bullying	Escuchar	
Atención	Regreso	
Tensión	Volver	
Maestro	Recuerdo	

Concepto: “El valor del amor”

Este concepto hace ver como la aplicación del amor hacia una persona puede llegar a ser de vital importancia para su desenvolvimiento. Y como el valor que alguien tiene a si mismo es equivalente al amor que ha recibido y el reflejo de este.

6.5.1.4 Concepto Final

Como concepto final se obtuvo la premisa “Me Valoro”, el cual busca hacer sentir al joven que, para que las personas que se encuentren en su entorno lo aprecien, en primera instancia debe apreciarse a sí mismo y recordar su valor interno.

6.5.2 Descripción de Propuesta Gráfica

6.5.2.1 Tipos de Material

Para llevar a cabo la campaña “Me valoro” la cual tiene como fin prevenir la depresión en adolescentes en el Instituto América Latina, se ha decidido implementar diferentes materiales que ayudarán a padres de familia y maestros a identificar los síntomas de la baja autoestima y su trato para combatir de manera preventiva la depresión. También se realizará material para los jóvenes que padecen de baja autoestima, que tienen como fin persuadirlos de utilizar sus habilidades y ser conscientes de su importancia dentro de la sociedad.

6.5.2.1.1 Material Informativo

Este material comprenderá entrevistas, mapas, diccionarios, investigaciones y cualquier tipo de información que retroalimente el tema, para crear una síntesis y transmitir la información de manera específica y concisa al lector.

En el caso del tema “adolescentes en depresión” se busca alcanzar por medio del material informativo a padres de familia y maestros, ya que son el contacto directo y quienes deben conocer los síntomas de la baja autoestima para poder controlarla antes que esta se convierta en depresión.

6.5.2.1.2 Material Persuasivo

Este material se encarga de convencer al público de la información brindada, así mismo lo insta a tomar acción y evitar el rol de espectador.

Este material se dirigirá directamente a los jóvenes ya que se busca que ellos encuentren su valor y sean conscientes que la sociedad los necesita. A su vez, se busca instarlos a enfocarse en sus capacidades y puedan optimizarlas.

6.5.2.1.3 Material Ilustrativo

Este es todo aquel que ayuda de manera gráfica a representar la información que se dará a conocer. Esto con el fin que la información se interprete con mayor facilidad por el lector.

6.5.2.2 Descripción de Piezas

Figura 16 Tabla 1: Descripción de Piezas

Pieza	Objetivo
Trifoliar	Informar de los síntomas y trato para la baja autoestima.
Afiche	Dar a conocer las múltiples cosas en las que se pueden destacar, para que así se decidan a hacer alguna.
Post de Facebook	Enviar mensajes positivos sobre lo importante que es para su sociedad y como afecta a su entorno lo que hace.
Infografía	Dar a los padres y maestros de manera clara los síntomas, consecuencias y prevenciones de la baja autoestima.
Video	Representar por medio de animaciones consejos para llevar una vida más feliz y libre de depresión

Fuente: Propia

6.5.2.2.1 Material informativo

- ¿Qué es la depresión?
- Causas de la depresión
- Síntomas de la baja autoestima
- El control de la baja autoestima

Tabla 2: Material Informativo - Trifoliar

Elementos diseño	Función	Tecnología	Expresión
Color	Armonizar entre los elementos gráficos y el tema del que se trata.	Paleta de colores brillantes CMYK	Positivismo
Tipografía	Facilitar la lectura de la información y Jerarquizar la información que se da al lector.	Tipografías san serif una bold para títulos y/o subtítulos. Y otra sans serif regular para los textos.	Superación
Imagen	Hacer referencia al texto de forma positiva.	Full color 150dpi	Aspiración Superación
Soporte	Resistencia al material.	Papel Couché	Seguridad
Forma	Ayudar a llamar la atención del grupo objetivo.	Carta doblada en 3	Seguridad
Diagramación	Ayudar a la jerarquía de información y a la lectura.	Retícula jerárquica	Dinamismo

Fuente: Propia

6.5.2.2.2 Material Persuasivo

- Frases de ayuda
- Importancia de la espiritualidad
- Un futuro exitoso

Tabla 3: Material persuasivo - Post de facebook

Elementos diseño	Función	Tecnología	Expresión
Color	Armonizar entre los elementos gráficos y el tema del que se trata.	Paleta de colores brillantes RGB	Dinamismo positivismo
Tipografía	Facilitar la lectura de la información y Jerarquizar la información que se da al lector.	Tipografías san serif una bold para títulos y subtítulos. Y otra sans serif regular para los textos.	Superación
Imagen	Hacer referencia al texto de forma positiva.	Digital	Aspiración Superación
Soporte	Apoyo en redes sociales	Digital	Seguridad
Forma	Ayudar a llamar la atención del grupo objetivo.	500px por 500px	Seguridad
Diagramación	Llevar al lector a un orden de	Retícula jerárquica	Dinamismo

Fuente: Propia

Tabla 4: Material persuasivo afiche

Elementos diseño	Función	Tecnología	Expresión
Color	Armonizar entre los elementos gráficos y el tema del que se trata.	Paleta de colores brillantes CMYK	Dinamismo positivismo
Tipografía	Facilitar la lectura de la información y Jerarquizar la información que se da al lector.	Tipografías san serif una bold para títulos y subtítulos. Y otra sans serif regular para los textos.	Superación
Imagen	Hacer referencia al texto de forma positiva.	Full color 150dpi	Aspiración Superación
Soporte	Resistencia al material.	Opalina o Texcote	Seguridad
Forma	Ayudar a llamar la atención del grupo objetivo.	Tabloide 11"x17"	Seguridad
Diagramación	Llevar al lector a un orden de	Retícula jerárquica	Dinamismo

Fuente: Propia

6.5.2.2.3 Material Ilustrativo

- Datos informativos sobre la depresión

Tabla 5: Material ilustrativo - Infografía

Elementos diseño	Función	Tecnología	Expresión
Color	Armonizar entre los elementos gráficos y el tema del que se trata.	Paleta de colores brillantes CMYK	Dinamismo positivismo
Tipografía	Facilitar la lectura de la información y Jerarquizar la información que se da al lector.	Tipografías san serif una bold para títulos y subtítulos. Y otra sans serif regular para los textos.	Superación
Imagen	Hacer referencia al texto de forma positiva.	Full color 300dpi	Aspiración Superación
Soporte	Entonar con el medio	Papel periódico	Seguridad
Forma	Ayudar a llamar la atención del grupo objetivo.	Texcote A1	Seguridad
Diagramación	Llevar al lector a un orden de	Retícula jerárquica	Dinamismo

Fuente: Propia

Tabla 6: Material ilustrativo - video

Elementos diseño	Función	Tecnología	Expresión
Color	Armonizar entre los elementos gráficos y el tema del que se trata.	Colores brillantes RGB	Dinamismo positivismo
Tipografía	Facilitar la lectura de la información y Jerarquizar la información que se da al lector.	Tipografías san serif una bold para títulos y subtítulos. Y otra sans serif regular para los textos.	Superación
Imagen	Video digital que refuerce lo que se trabaja en el material escrito	Digital	Aspiración Superación
Soporte	Apoyo en redes sociales y actos cívicos.	Audiovisual	Seguridad
Forma	Ayudar a llamar la atención del grupo objetivo.	Audiovisual 720px por 480px	Confianza
Diagramación	Llevar al lector a un orden de	Retícula jerárquica	Dinamismo

Fuente: Propia

6.5.2.3 Tono de Comunicación

El tono a utilizar para el grupo objetivo principal, el cual son los adolescentes con depresión será amigable y natural, con el objetivo de llegar a ellos de una mejor manera. Así mismo este se utilizará para el grupo objetivo secundario, quienes son los padres de familia y maestros.

7. Desarrollo de propuesta

7.1 Proceso de bocetaje

A continuación, se presenta el proceso de bocetaje que se trabajó durante el segundo semestre del año 2,014. Este tiene como fin plasmar el proceso de cada una de las piezas que se utilizarán para promover la prevención de “adolescentes en depresión”. La recopilación se divide en diferentes áreas, siendo éstas; la línea gráfica, selección de tipografía, paleta de colores, texturas, selección de copies, entre otras.

7.1.1. Brief

A continuación se presenta el brief que se utilizó para dar inicio al proyecto; este tiene la finalidad de colaborar a enfocar hacia dónde estará dirigida la campaña, el por qué se lleva a cabo, cuál será su finalidad y cómo se comunicará el mensaje.

<i>Cliente:</i>	<i>Instituto América Latina</i>
<i>Producto:</i>	<i>Campaña contra depresión en Jóvenes</i>
<i>Ejecutivo:</i>	<i>Skarleth Meléndez</i>
<i>Fecha de entrega del proyecto:</i>	<i>Noviembre del año 2014</i>

“Me Valoro”

Está es una campaña creada para contrarrestar la depresión en adolescentes por medio de material persuasivo, informativo y educativo que se proporcionará a jóvenes, maestros y padres de familia.

Las piezas de la campaña están principalmente enfocadas en que la persona que tiene depresión o síntomas de baja autoestima preste atención al valor que se está dando a sí mismos,

pues de este valor depende como se sienta y como está permitiendo ser tratado de esa manera. También se busca informar sobre las características de esta enfermedad para que padres y maestros puedan identificar y tratar de forma más personal el problema. Todo esto dando como resultado jóvenes más activos y seguros de sí mismos.

Objetivo de la comunicación

Informar a los padres de familia y maestros sobre la depresión, sus causas más frecuentes y los tratos recomendados para la misma. Y a su vez concientizar a los jóvenes sobre la importancia sobre el autoestima y autocuidado.

Audiencia Target

Primarios jóvenes

Hombres y mujeres jóvenes entre los 15 y 16 años de edad, que cuentan con un nivel socioeconómico C-, C y C+. Cursan el grado de tercero básico en el Instituto América Latina, viven en áreas cercanas a zona 13 en residenciales o colonias, gozan de varios bienes de confort (radio, televisión, electrodomésticos, etc.) y su familia posee vehículo propios. Viven con sus padres, gozan frecuentemente de actividades recreativas en el interior del país y viven en la ciudad capital, su religión es evangélica y suelen ser parte de actividades deportivas y juveniles en la iglesia. También celebran cumpleaños, navidades y actividades populares con su familia.

Secundario padres

Hombres y mujeres entre los 40 y 45 años de edad de un nivel socioeconómico C-, C y C+. Sus ingresos oscilan entre los Q7,000.00 y Q22,000.00 mensuales trabajando en la mayoría de los casos ambos padres. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y en algunos casos incluso los estudios universitarios. Son profesionales con un estilo de vida activo, comerciantes, ejecutivos en mandos medios, en algunos casos ejecutivos de empresas y dueños de pequeñas empresas. Viven en áreas cercanas a zona 13 en residenciales o colonias, gozan de

varios bienes de confort (radio, televisión, electrodomésticos, etc.) y poseen vehículo propio. Se preocupan por su familia y están al pendiente que sus hijos reciban una educación de calidad, gozan frecuentemente de actividades recreativas en el interior del país y viven en la capital, su religión es evangélica y tienen una participación activa en la iglesia. Celebran cumpleaños, navidades y actividades populares en familia.

Secundario maestros

Hombres y mujeres de entre los 25 y 40 años de edad de un nivel socioeconómico C, sus ingresos oscilan entre los Q3,000.00 y Q6,000.00 mensuales. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y en algunos casos incluso los estudios universitarios. Mantienen un estilo de vida activo y la mayoría de ellos viven en las áreas cercanas a zona 13 en residenciales o colonias, gozan de algunos bienes de confort (radio, televisión, electrodomésticos, etc.) algunos poseen vehículo propio. Muchos de ellos solteros de religión evangélica. Frecuentemente realizan actividades recreativas en el interior del país y viven en la capital, tienen una participación activa en la iglesia y en las actividades extracurriculares del instituto América Latina. También celebran cumpleaños, navidades y actividades populares en familia.

Acción deseada

Se busca que los padres conozcan las características de la depresión para poder identificar si sus hijos tienen este problema y de ser así poder tratarlo adecuadamente. Así mismo se busca que el joven reaccione ante la severidad del problema y tome conciencia sobre la importancia del autoestima.

Recompensa

Beneficios Racionales:

- Conocimiento sobre la depresión y sus causas.

- Mediante el material informativo los padres y maestros podrán informarse y aprender a detectar si el joven sufre de depresión o baja autoestima.
- Incentivar al joven para mantener el buen trato intraescolar .

Beneficios Emocionales:

- Mejorar la confianza para quien ya padece de baja autoestima
- Quien padece de depresión o baja autoestima pueda sentir apoyo de parte de su institución.

Soporte

Se abarca una problemática social utilizando medios que son cercanos a ellos y escritos en su propio lenguaje con el fin de dar a conocer el tema.

Key Insight

“Si yo no me hecho flores ¿Quién?”

Se escogió este insight ya que hace referencia a que cada persona es encargada de tratarse y verse a sí mismo como quisiera ser tratado y visto por los demás.

Identificador de Campaña

Me valoro

Se decidió utilizar el identificador “me valoro” ya que esta es una frase corta, fácil de recordar y se enfatiza en que la persona se valore a si misma, lo cual da apoyo a los objetivos de la campaña.

Concepto de Comunicación

“Date el valor que mereces” Se utilizará este concepto ya que se busca insistir en que el joven debe darle alto valor a su vida.

Concepto de campaña

“Valorarte es tu decisión” Se ha tomado este concepto de campaña ya que el mensaje a transmitir durante la campaña en el instituto América Latina es que el valor que cada persona se tiene a sí misma solamente se la dan ellas mismas y es el que los demás tendrán para con ellos.

Concepto de diseño

“Impresión radiante” Se eligió este concepto de diseño ya que son palabras con potencial para ser plasmadas con colores y formas que proyectan positivismo y energía. Así mismo, se busca que las piezas llamen la atención del joven y le invite a leerla.

7.1.2 Línea de diseño

Para dar inicio a la propuesta se hizo una recopilación de referencias que ayudarían a definir la línea gráfica que se utilizaría. Al ver diferentes piezas de referencias se definió una idea de cómo podría llegar a ser el diseño, teniendo en cuenta que sería de vital importancia el texto de la pieza, pues este contendría el mensaje principal. Así mismo, se llegó a la conclusión de trabajar de manera jerárquica la línea de diseño. A continuación, se muestran las referencias escogidas.

Figura 16: Referencias



Fuente: propia

7.1.3 Selección de tipografía

Al seleccionar la tipografía se realizaron diversas pruebas, al inicio las se eligieron tipografías san serif, legible, esbelta y semibold para los títulos y en el caso del cuerpo de texto las características serían; regular y serif para mayor legibilidad. A continuación, se muestran las primeras pruebas tipográficas.

7.1.3.1 Títulos

Ilustración 17: Pruebas Tipográficas



Fuente: Propia

7.1.3.2 Cuerpo de texto

Figura 18: Pruebas tipográficas - cuerpo 1

Octopus_Wide_300

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original.

Eurostile

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de quedando esencialmente igual al original.

Eurostile

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de quedando esencialmente igual al original.

Sugarcubes

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original.

Berlin

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. Skarleth libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, libro de textos especimen.

Glober

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documentos electrónicos, quedando esencialmente igual al original. y los mezcló de tal manera que logró documentos.

Arial

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el t de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno en documento electrónicos, quedando esencialmente igual al original. los mezcló de tal manera que.

Fuente: Propia

7.1.3.3 Combinación cuerpo de texto y título

Figura 19: Cuerpo y título



Fuente: Propia

7.1.3.4 Selección final de tipografía

Figura 20: Tipografía final

Blenda Script

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las imprentas y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno. persona que se dedica a la imprenta] desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos especimen. No sólo sobrevivió 500 años, sino que también ingresó como texto de relleno.

Fuente: Propia

Se seleccionó como tipografía ideal para títulos Blenda Script, esta es amigable, atractiva y a su vez refleja seguridad. Para el cuerpo de texto se utilizó la tipografía Eurostile, la cual es legible y contrasta de manera agradable con la tipografía usada en titulares. (Véase figura 20)

7.1.4 Paleta de colores

Para hacer la selección de colores se tomó en cuenta las siguientes características; colores brillantes, contrastantes y que eviten ser toscos y agresivos. A continuación, se presentan las propuestas de color y la propuesta escogida.

Figura 21: Paleta de colores 1



Fuente: Propia

7.1.4.1 Paleta de colores seleccionada

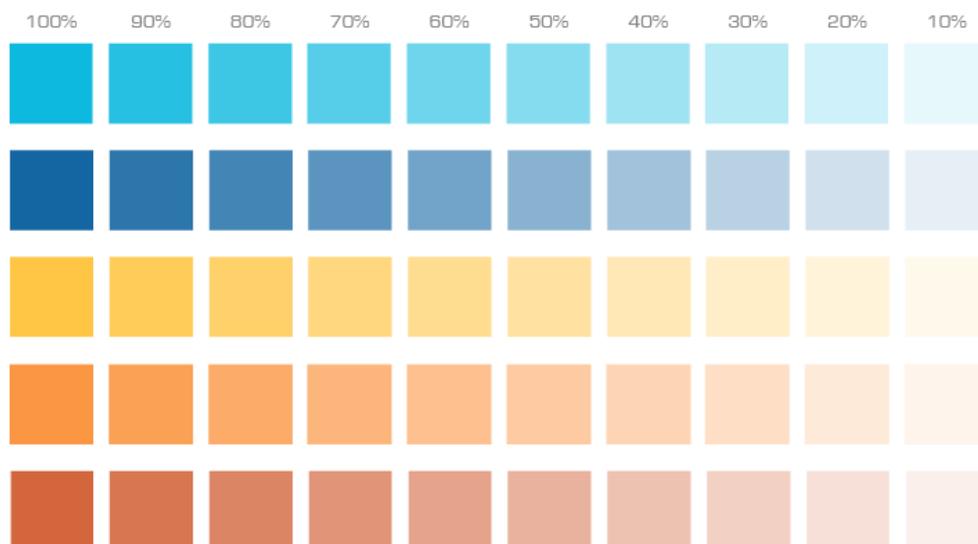
Se optó por utilizar una paleta de 7 colores, cada uno con diferente función, siendo la principal reflejar alegría y brillo. A continuación, se presenta la definición de cada uno según la psicología del color y para que se utilizarán a lo largo del proyecto.

- Celeste y azul: según estudios este es un color bastante sobrio, transmite paz, serenidad y confianza. También es sinónimo de amabilidad y paciencia. El color celeste junto al color amarillo, se utilizarán como colores principales, creando contraste para llamar la

atención. En el caso del azul marino se utilizará para las sombras y en los elementos de apoyo, como texturas.

- **Amarillo:** Este es un color cálido que actúa como incentivo de la energía y alegría. También ligado con la actividad mental y la inspiración creativa, es utilizado en varias ocasiones para calmar los estados de excitación nerviosa. Así mismo, es un color amigable y sinónimo de felicidad. Todas estas características colaboran con las intenciones de hacer que el proyecto tenga un impacto positivo, cause armonía y llame la atención.
- **Naranjas:** Este es un color encandecerte, brillante y cálido, al igual que el color amarillo refleja optimismo. Para el proyecto se utilizará en las sombras y para resaltar información de importancia.
- **Gris:** Este es un color neutro, expresa elegancia y respeto sin ser agresivo, se utilizará eventualmente en textos.

Figura 22: Paleta seleccionada 1



Fuente: Propia

7.1.5 Identificador de campaña

Para la selección de este fue de mucha ayuda el brief, pues fue aquí donde se decidió el nombre que se le daría a la campaña. “Me valoro” es una frase corta y memorable que busca transmitir que la persona debe valorarse a sí misma, enfrasca en dos palabras.

Para la realización del identificador se realizaron variedad de pruebas, la idea principal era utilizar tipografía san serif o bien, hacer los trazos de las letras en un estilo manuscrito, pues este le daría un toque amigable y juvenil. También se proponía acompañar con elementos gráficos, listones, que hicieran referencia la unidad o bien a un abrazo, sin embargo estos únicamente interrumpen la lectura y no eran de apoyo.

Se decidió utilizar una de las opciones que contaba con las características antes expuestas, con la diferencia de que este no tendría el cintillo atravesado si no más bien sería el apoyo de la tipografía y ayudaría a darle fuerza y presencia. Los colores que se consideraron fueron combinaciones de la paleta antes escogida, sin embargo se decidió que la mejor opción eran el amarillo y celeste, según lo requiriera la pieza. A continuación, se presentan los bocetaje del identificador.

Figura 23: Identificador de campaña

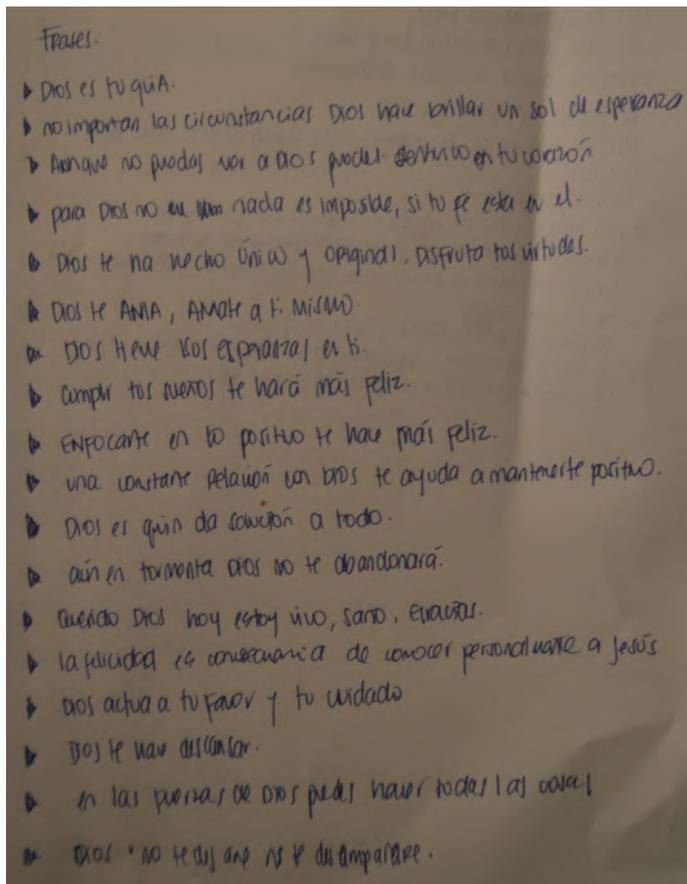


Fuente: Propia

7.1.6 Copies

Para la selección de copies se tomó en cuenta que el fin de la campaña es animar e incitar a los jóvenes a quererse y aceptarse a sí mismos, para lograr esto se busca llevar el mensaje en un tono positivo, claro y amigable.

Figura 24: Copys 1



Fuente: Propia

Este fue uno de los puntos más complicados pues al iniciar con ellos se perdió un poco el rumbo y se pensó incluso en utilizar copies haciendo referencia al suicidio y famosos que han sufrido de depresión y tuvieron consecuencias negativas.

Durante varios días se tuvo la idea de continuar con esta propuesta e incluso algunos de los diseños de afiches se iniciaron así. Al concluir esa semana el resultado no era el esperado por lo tanto se decidió revisar antiguos documentos y el brief para ayudar a dar dirección al proyecto. Todo esto fue de gran ayuda ya que se pudo retomar la dirección inicial, transmitir un mensaje positivo y de ayuda a los jóvenes. Todos los copios utilizados se acompañan de textos bíblicos, que le apoyan o bien frases que lo complementan.

Algunos se utilizaron en las pruebas sin embargo fueron descartados ya que podrían confundir al lector ó bien prestarse para interpretaciones negativas. Los copios descartados fueron:

- Eres capaz de alcanzar los sueños que seas capaz de soñar.
- Eres una obra original desde tus virtudes hasta tus errores.
- Amarte a ti mismo no es solo otro tema infantil.
- Los problemas únicamente prueban tu creatividad
- Felicidad es enfocarte en las buenas noticias
- Un sueño cumplido una pesadilla menos

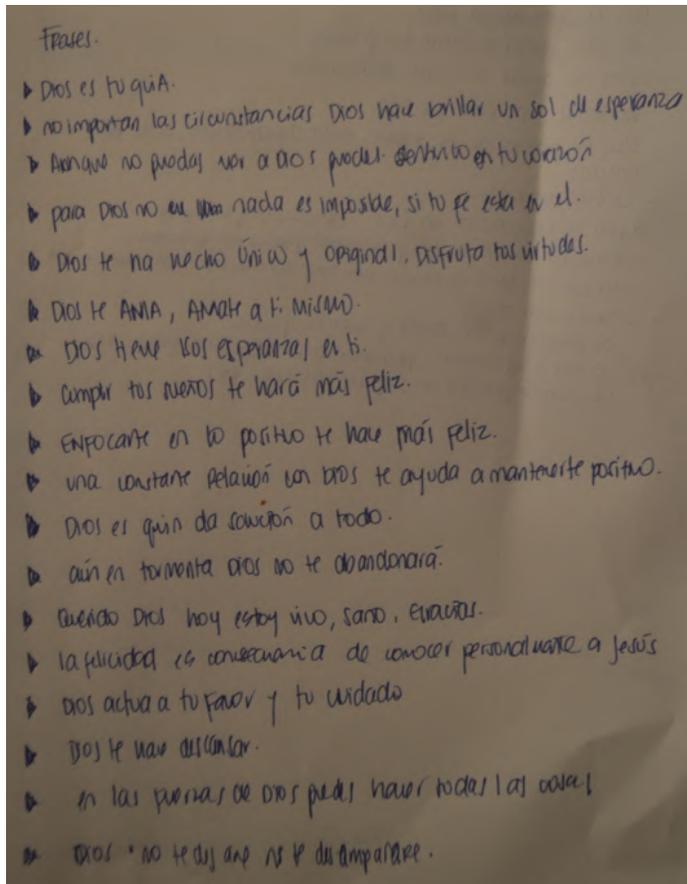
Para las propuestas finales se decidió utilizar copios con apoyo espiritual de fondo, pues la institución brinda apoyo en esa área. Se realizaron varios para dar seguimiento a las propuestas, a continuación, se presentan las propuestas de copios:

- Dios te da la capacidad de alcanzar todos tus sueños.
- Dios te da la capacidad de mejorar a cada momento, aprovéchala
- Tus sueños son las metas por alcanzar
- Dios te regala cada segundo, disfrútalo.
- Nada que sea increíble viene con facilidad, esfuérzate
- Dios te da fuerzas para alcanzar todo lo que te propongas

- Recuerda que la oración es fuente de paz,
- Afronta la vida con seguridad y alcanza tus sueños
- La felicidad es consecuencia de conocer personalmente a Jesús
- Vivir feliz es consecuencia de tener a Dios en tu corazón
- Tu puedes(Filipenses 4:13)
- Dios te da un día nuevo para disfrutarlo
- Deja las preocupaciones delante de Dios, él se encargará.
- Aún si es imposible para los hombres, es posible para Dios (Lucas 18:27)
- Dios te regala cada segundo, disfrútalo.
- Sin importar la tormenta Dios es tu sol de esperanzas.
- Dios actúa de maneras inimaginables, permite que te sorprenda (Lucas 18:27)
- No temas, Dios está contigo. (Hebreos 13:5)
- Felicidad es vivir de la mano de Dios.
- Puedes lograr lo que quieras, con Dios todo es posible. (Filipenses 4:13)
- Da lo mejor de ti, con Dios todo es posible
- Cierra tus ojos y déjalo ir, es Dios quien limpia tu corazón.
- Esfuérzate y se valiente, Dios te respalda (Josué 1:9)
- Dios ha hecho de ti su más grande obra.
- Afronta la vida con seguridad y alcanza tus sueños
- La comunicación con Dios es paz
- Dios te da fuerzas para alcanzar todo lo que te propongas
- En todo momento Dios actúa a tu favor y tu cuidado

Bocetajes de copias

Figura 24: Copys 2



Fuente: Propia

7.1.7 Elementos de apoyo

7.1.7.1 Textura Visual

Como textura se utilizó un ligero degradé acompañado de un patrón de líneas inclinadas de un tono más oscuro, al iniciar se consideró utilizar puntos como elemento gráfico, sin embargo no creaban un contraste agradable.

Figura 25: Textura visual

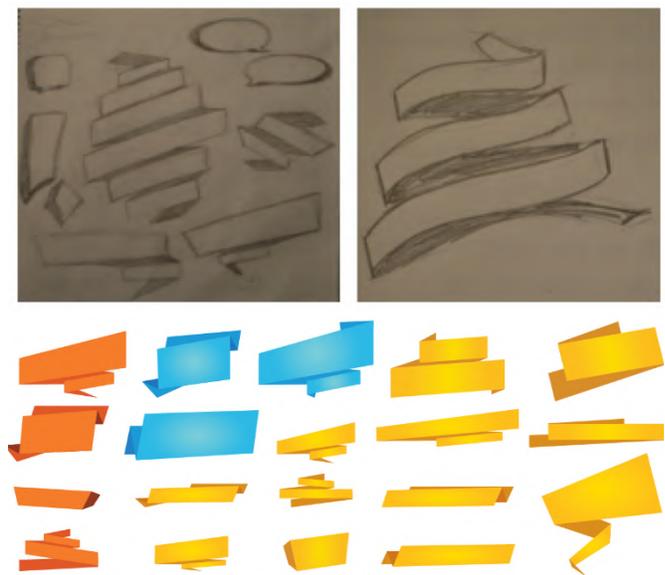


Fuente: Propia

7.1.7.2 Burbujas de texto

Para enfatizar los textos se hará la utilización de burbujas tipo listón que ayudarán a jerarquizar la información y a resaltarla. A continuación, se presenta el bocetaje y las formas finales.

Figura 26: Burbujas de texto

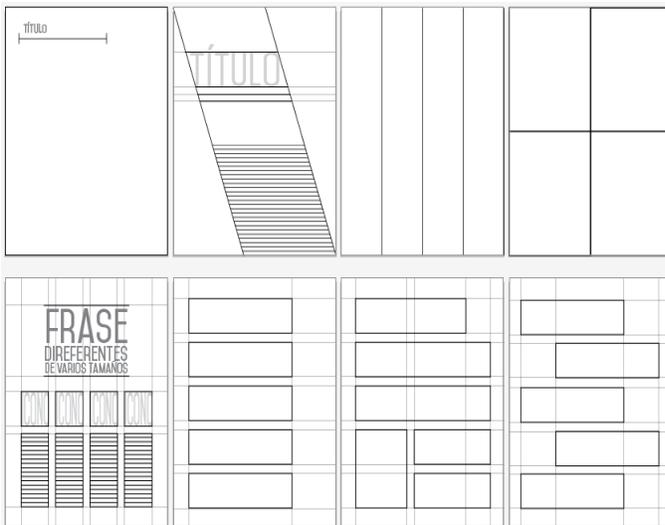


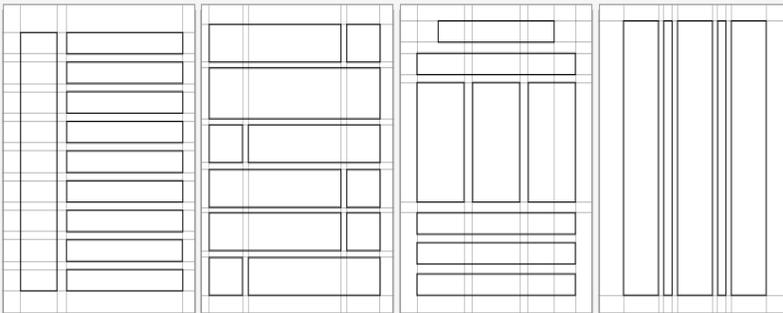
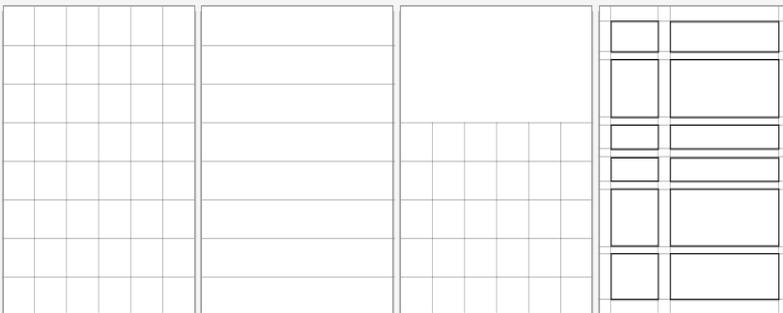
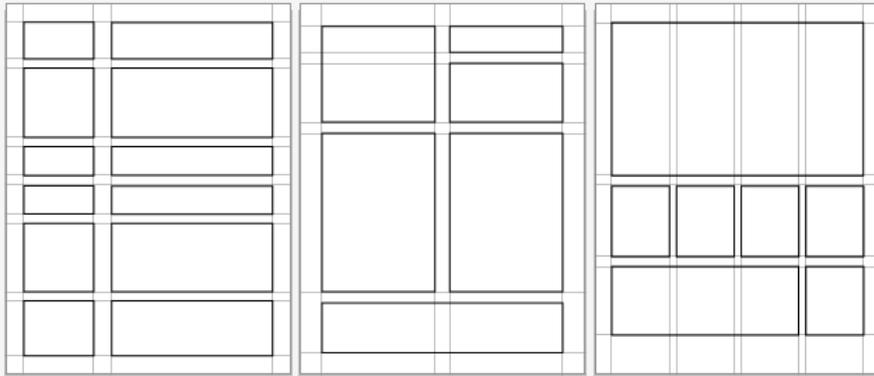
Fuente: Propia

7.1.8 Retículas y Layouts

Para la selección de retículas se bocetó principalmente a mano, posteriormente se digitalizaron algunas y se tomó como partida las piezas de afiche y Facebook. A continuación se presenta el bocetaje.

Figura 27: Retículas y layouts





Fuente: Propia

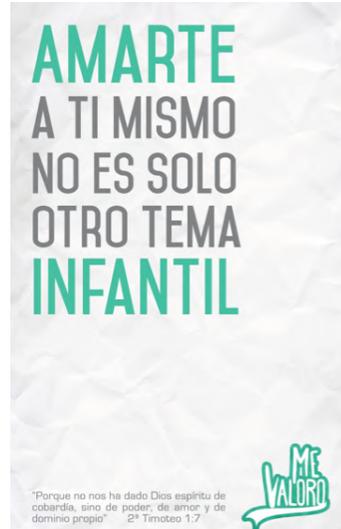
7.1.9 Afiche

Grupo objetivo: Jóvenes estudiantes del instituto América Latina

Objetivo: busca llamar la atención del joven mientras se encuentra en el colegio, estará ubicado en las diferentes carteleras y áreas de la institución. El mensaje principal es “alcanzar sueños y no rendirse aunque se cometan errores”.

Figura 28: Afiche





Fuente: Propia

Bocetaje: Para llegar a la pieza final hubo una serie de previos intentos, los primeros de ellos contaban con mensajes negativos sobre el suicidio, por lo tanto, no eran una buena opción. Todo esto evolucionó hasta llegar a diversas alternativas que se acercaban más a inspirar al joven a amarse y ser mejor.

Propuesta final: Como propuesta final se realizaron 3 opciones que cuentan con diferente copy y colores, estos buscan por medio de palabras y colores llamar la atención del joven. La jerarquía se basa en principalmente leer el titular cursivo, seguido de un dato sobre la depresión y finalmente concluir con el cierre en el que invita a buscar apoyo si es necesario.

Figura 29: Propuesta final afiche



Fuente: Propia

7.2.1 Posts de Facebook

Grupo objetivo: Jóvenes estudiantes del instituto América Latina

Objetivo: Persuasivamente llegar a los jóvenes por medios que frecuenten más, en este caso el medio digital utilizado es facebook. Los posts serán publicados en la página del colegio, pues está en constante actualización y gran parte de los alumnos están conectados. El contenido es un mensaje sobre alcanzar sueños y no rendirse aunque se cometan errores.

Bocetaje: Estas piezas fueron adaptadas al diseño de los afiches, de esta forma estos tendrán secuencia cuando el joven los vea digitalmente, son medios diferentes que tienen como fin complementarse para que el joven sea atacado con mensajes positivos.

Figura 30: Bocetaje post facebook



Fuente: Propia

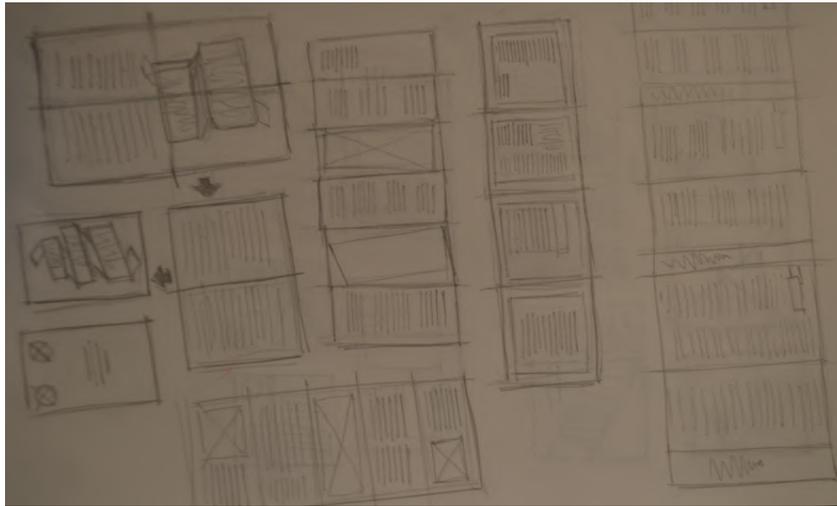
Propuesta final: Como propuesta final se realizaron 3 opciones de posts que cuentan con diferente copy, tanto entre ellos como con los afiches. Se busca por medio de textos cortos y colores llamar la atención del joven y al igual que en los afiches se resaltan solamente algunas palabras que capten la atención del lector. A continuación, se presentan las propuestas de post.

7.2.2. Polifolios

Grupo objetivo: Maestros y padres de familia

Objetivo: Dar a conocer a ambos grupos información básica sobre que es la depresión, como puede afectar a los jóvenes e incluso brindar consejos sobre cómo detectarla y tratarla adecuadamente.

Figura 31: Bocejate polifoliar



Fuente: Propia

Propuesta final: Como propuesta final se realizó un polifoliar de 5 caras que contiene información sobre qué es la depresión y cómo afecta a los jóvenes guatemaltecos y algunas recomendaciones para su trato. Para este se utilizaron imágenes que apoyen el contenido y a su vez permitan descansar la vista y generar una buena fluidez entre los textos.

Figura 32: Propuesta final polifoliar



Fuente: Propia

7.2.3. Infografía

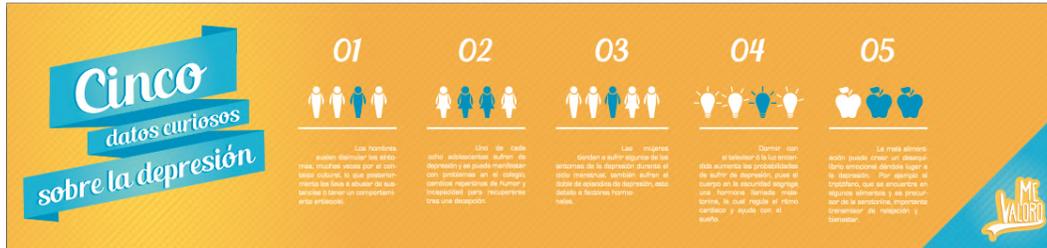
Grupo objetivo: Esta pieza abarca a todos los grupos

Objetivo: Esta pieza siendo la única que abarca a los 3 grupos objetivos, además de informar busca despertar la curiosidad de los lectores.

Bocetaje: Esta pieza cuenta con un bocetaje básico que se puede observar en la sección de retículas y layouts.

Propuesta final: Como propuesta final se realizó una infografía que presenta cinco datos curiosos sobre la depresión, esta busca despertar la curiosidad del lector por medio de iconos que ejemplifican la explicación. Esta será utilizada en redes sociales.

Figura 33: Infografía



Fuente: Propia

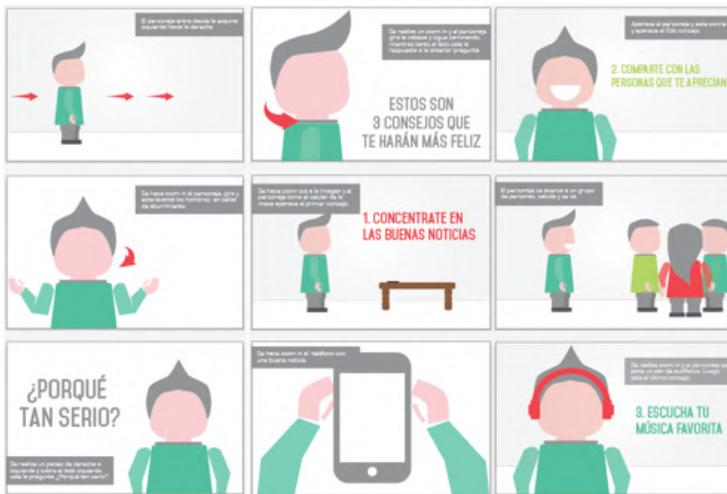
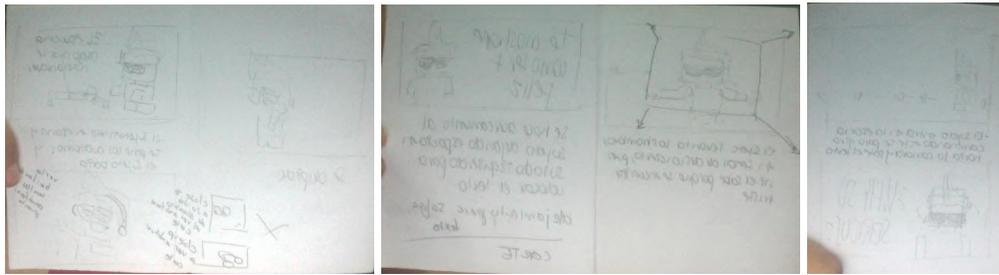
7.2.4 Video de Facebook

Grupo objetivo: Jóvenes estudiantes del instituto América Latina

Objetivo: Esta pieza será utilizada como complemento a los posts y afiches, será postado en Facebook. Este contiene una pregunta, la respuesta del joven y luego el apoyo bíblico, dando oportunidad de generar posteriormente diferentes preguntas.

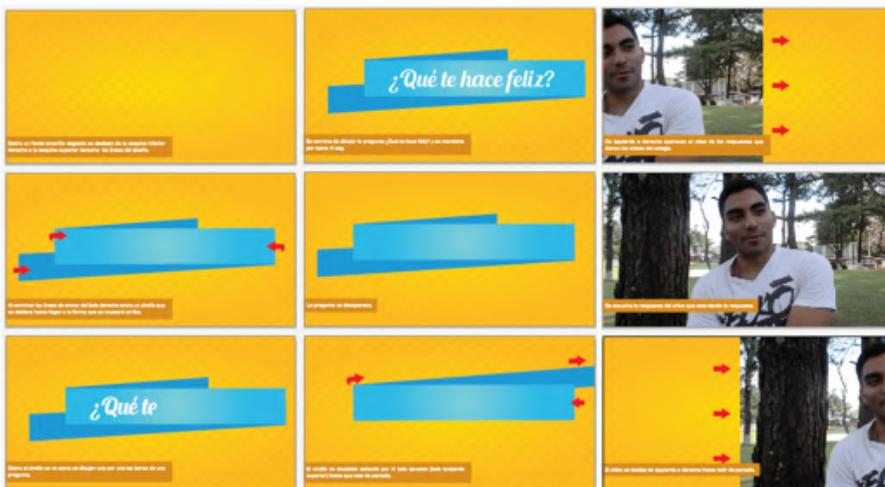
Bocetaje: En el caso de esta pieza se realizó un story board a mano, el cual posteriormente se digitalizó.

Figura 34: Video



Fuente: Propia

Figura 35: Propuesta final video



Fuente: Propia

8. Proceso de Validación

8.1 Validación

Durante el proceso de validación se contó con diferentes puntos de vista entre estos; expertos en diseño, psicólogos, maestros y jóvenes de 15 y 16 años. Para evaluar la perspectiva de cada uno se utilizaron diferentes instrumentos, en el caso de los diseñadores para evaluar la propuesta gráfica, para los psicólogos y maestros evaluar el contenido y redacción de cada pieza y el de los jóvenes con el fin de saber su percepción respecto a cada pieza. Durante cada una de las entrevistas se pudieron obtener diversos comentarios además de los ya expuestos en las preguntas de los instrumentos. A continuación se presentan los resultados obtenidos durante la validación.

8.2 Diseñadores Gráficos

Al realizar las entrevistas con los expertos en diseño gráfico, se inició realizando preguntas sobre los aspectos generales como color, tipografía y unidad en el diseño. Posteriormente se realizaron preguntas sobre la funcionalidad y diseño de cada pieza. A continuación se presentan los aspectos negativos y positivos de cada una de estas etapas.

8.3 General

Color: Se estuvo de acuerdo en que el cian y el amarillo, son colores que transmiten alegría y buscan captar la atención. Así mismo, que estos tienen armonía al estar conjugados. En cuanto a los colores de la tipografía no se encontraron problemas al utilizar el color blanco, pues 4 de 5 diseñadores acordaron que no impedía leer adecuadamente el texto.

Tipografía: Cada uno de los cinco diseñadores entrevistados acordó que la tipografía utilizada en titulares es la adecuada, las palabras usadas para definirla fueron: “Llama la atención, da movimiento y transmite dinamismo”. Entre otros comentarios se encuentran dar a las cajas tipográficas el mismo espacio superior, lateral e inferior. En cuanto a la tipografía de cuerpos de

texto se considera legible y adecuada para el material, se recomendó no utilizar guiones al separar palabras en algunas piezas, ya que evita la fluidez de lectura.

Patrón de líneas: La mayoría de diseñadores estuvieron de acuerdo en que el patrón apoyaba al diseño volviéndolo dinámico y no causaba problemas al leer el contenido de cada pieza.

Cajas de texto (listones): A pesar de que no se realizaron preguntas sobre las cajas de texto en forma de listón utilizadas, los comentarios al respecto fueron positivos, pues se acordó en que estos permitían resaltar la información y hacerlo atractivo al joven por su posición inclinada que transmite dinamismo. Así mismo, se recomendó que se cuidará la terminación del listón, pues se veía incompleto.

8.3.1 Identificador de Campaña

Todos los diseñadores estuvieron de acuerdo con que las características del identificador más destacadas son las de ser memorable y amigable además de colaborar con la unificación de la campaña. La mayoría estuvieron de acuerdo en utilizar el identificador en dos colores, pues no causaba confusión a la vista, sin embargo uno de ellos recomendó que de ser utilizado tuviera una función más allá de lo estético.

8.3.2 Afiches

Cada uno de los entrevistados estuvo de acuerdo en que los tamaños y la jerarquía utilizada son adecuados, pues permite tener un recorrido visual ordenado. Así mismo coincidieron con que los copies y su posición captan la atención, sin embargo en cuanto al contenido informativo se consideró que se mantuviera al mínimo, ya que por ser jóvenes puede que no lean todo el contenido de la pieza.

8.3.3 Posts Digitales

Al igual que en el caso de los afiches el tamaño de cada elemento y la jerarquía visual fue acertada, sin embargo se recomienda disminuir la cantidad de texto y agregar un diferenciador de los afiches. También se hizo la recomendación de realizar pruebas de los posts en una plataforma digital, pues queda la duda si los textos pequeños se lograrán leer.

8.3.4 Infografía

Al evaluar esta pieza se llegó a la conclusión que la jerarquía utilizada y el formato horizontal son adecuados para la fluidez de lectura, sin embargo el tamaño de formato era reducido, por lo cual se recomendaba agrandararlo. Además de esta se hicieron recomendaciones sobre el contenido, entre estas; utilizar subtítulos para captar la atención y hacer una relación más estrecha entre iconos, el número de datos y el cuerpo de texto.

8.3.5 Polifoliar

Para la validación del polifoliar todos los diseñadores estuvieron de acuerdo en que el tamaño y utilización del formato eran los adecuados para distribuir y ayudar a la fluidez de lectura. En cuanto a las imágenes se consideró que aportaban la idea de “superar la depresión” sin embargo deberían tener más calidad y se recomendaba para ello tomar personalmente las fotografías. En cuanto a diagramación se recomienda utilizar una caja de texto que no tenga sangrado, pues este se ve como un error y no como parte del diseño.

8.3.6 Video

En el caso de esta pieza todos los diseñadores entrevistados estuvieron de acuerdo en que la idea para el video es buena, concreta y la duración es la adecuada, por ser redes sociales. Se recomendó agregar elementos gráficos durante las respuestas de los jóvenes, de esta manera será más entretenido y dinámico.

8.3.7 Psicólogos y Maestros

Para las entrevistas realizadas con psicólogos y maestros se tomó en cuenta que el fin era el de evaluar si la manera de comunicación era la adecuada, para ello se realizaron preguntas respecto al contenido y la claridad de este en cada pieza.

8.3.8 General

Color: Dos de las tres personas entrevistadas definieron que el color amarillo era un color formal y en combinación con el cian era poco llamativo, a diferencia de uno de los psicólogos, quién afirmó que la combinación de colores no solamente captaba la atención, sino también reflejaban positivismo y confianza.

8.3.9 Afiches y Posts Digitales

Al tener estructura de contenido similar, las preguntas de estas piezas se realizaron juntas, ya que principalmente el interés con estos expertos es que aprueben los contenidos expuestos.

Todos los entrevistados coincidieron en que las frases utilizadas sí transmiten un mensaje positivo, son claras y entendibles por el grupo objetivo. Se hizo la recomendación de disminuir el texto informativo o bien utilizar un mensaje que inste a la lucha contra la depresión.

8.4.1 Infografía

Para la validación de esta pieza se estuvo de acuerdo en que la información a transmitir era correcta, sin embargo se dio la recomendación de utilizar títulos para llamar la atención ó bien simplificar la información. También se realizaron anotaciones sobre la redacción del contenido en las piezas que lo necesitarán.

8.4.2 Polifoliar

La mayoría de los encuestados estuvo de acuerdo en que la información transmitida es clara, breve y sin ambigüedad. Se hizo únicamente la recomendación de revisar detalles de redacción y ortografía, los cuales fueron identificados por los mismos expertos.

8.4.3 Video

Los expertos acordaron que esta era una pieza que haría sentir identificado al joven, sin embargo que debería ser más dinámica durante la respuestas que den los adolescentes. Así mismo hicieron recomendaciones de preguntas para los siguientes videos, entre las cuales se encuentran; ¿Cómo te fortaleces? ¿Qué cosas haces bien? Y ¿Qué actividades disfrutas?.

Adolescentes

Las encuestas con jóvenes de 15 y 16 años se realizaron dentro del Instituto América Latina, lugar en el que se llevará a cabo el proyecto. Las preguntas a realizarles fueron hechas con el fin de evaluar si las piezas realizadas eran bien recibidas por el grupo objetivo. A continuación, se presentan los resultados obtenidos seguido por las gráficas de los resultados.

9. Información General

Todos los jóvenes estuvieron de acuerdo en que los colores amarillo y cian captaban su atención por ser colores llamativos. Así mismo, comentaron que les gustaba la tipografía en títulos pues era diferente y legible, al igual que la tipografía de cuerpo de texto.

9.1 Identificador de Campaña

Todos los jóvenes estuvieron de acuerdo en que el identificador hacía referencia al tema de la autoestima y ayuda, las características que eligieron como la más representativa del identificador fueron "memorable" y "entendible". Asimismo, 9 de 10 entrevistados coincidieron en que el identificador les llamaba la atención y verlo en dos colores diferentes no les molestaba ni confundía.

9.2 Afiches

Los encuestados estuvieron de acuerdo en que lo que más captaba su atención en esta pieza eran los colores y la frase principal, sin embargo solo el 40% leyó el afiche completo, siendo el texto informativo la parte que menos leían.

9.3 Posts Digitales

Al igual que en los afiches los encuestados estuvieron de acuerdo en que lo que más captaba su atención eran los colores y la frase principal y únicamente el 40% leyó el post completo, siendo el texto informativo la parte que menos leían. La mayoría de los jóvenes afirmaron compartir este tipo de imágenes en sus redes, pues no solamente se ayudaban a sí mismos sino también a los demás.

9.4 Infografía

La mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo en que el tema era de su interés, podían leer claramente el contenido y los iconos llamaban su atención. Sin embargo únicamente leerían los datos que les interesen.

9.5 Polifoliar

Esta pieza tiene la labor principal de informar a los padres de familia y maestros, sin embargo se hicieron preguntas a los jóvenes para tener un punto de vista diferente y saber si este tema es de su interés.

Todos los entrevistados acordaron que el folleto “Supera la Depresión” no solo llama su atención, si no también tomarían el tiempo para leerlo pues todos afirmaron que la temática llama la atención. En cuanto al tamaño del formato y la legibilidad del contenido la mayoría estuvo de acuerdo en que eran los adecuados y podían leerlos con facilidad.

9.6 Video

Todos los jóvenes estuvieron de acuerdo en que el video llama su atención y se tomarían el tiempo para verlo, ya que son únicamente 30 segundos. Algunos de los comentarios respecto al video fueron "Me hace pensar en lo que realmente es felicidad", "Creo que quieren enfocarme" y "Deberían hacer más”

9.7 Cambios

Para llevar a cabo la propuesta final del proyecto se realizaron algunos cambios sugeridos por los grupos entrevistados, a continuación, el detalle de estos.

9.8 General

En los aspectos generales de color, tipografía, textura y elementos de apoyo no se sugirió ningún cambio, pues todos los encuestados estuvieron de acuerdo en que lo que se utilizó era lo adecuado.

9.9 Identificador de Campaña

Tanto diseñadores como maestros y jóvenes estuvieron de acuerdo en que el color y forma de este era adecuado para unificar la campaña, por lo tanto, no sufrió ningún cambio.

9.9.1 Afiches

Como se mencionó anteriormente, los entrevistados estuvieron de acuerdo en que las jerarquías y línea gráfica utilizada son adecuadas, pues permite tener un recorrido visual ordenado. Los cambios para esta pieza son el de agregar el logotipo de la institución, el cual no había sido agregado ninguna de las piezas. También se realizó la revisión en los espacios negativos de las cajas de texto, pues no existía el mismo espacio libre en los lados. Para lograr realizar estos cambios se eliminó el triángulo de color en el lado inferior derecho y se reemplazó por ambos logotipos, también se disminuyó el texto informativo tomando en cuenta todas las recomendaciones.

Figura 36 - cambios



Fuente: Propia

9.1.2 Posts Digitales

Al igual que en los afiches los cambios para esta pieza son el de agregar el logotipo de la institución y la revisión en los espacios negativos de las cajas de texto, pues no existía el mismo espacio libre en los lados. Otra de las observaciones sobre esta pieza es la de reducir el texto en la parte inferior por lo que paso a ser únicamente de 2 líneas.

Figura 37 - Cambios



Fuente: Propia

9.9.3 Polifoliar

Esta es una pieza con variedad de cambios, iniciando por colocar el logotipo de la institución, probar el fondo amarillo y evaluar la toma de fotos, para esto se solicitará a la institución que se tomen las fotos reales o bien se compren del lugar de dónde se tomó la referencia. También se hizo la recomendación de utilizar una diagramación cuadrada en el texto, pues dificultaba la legibilidad la inclinación, además se agregó sangría al inicio de cada texto, ya que esta ayudaría a la legibilidad y a la separación de ideas.

9.9.4 Infografía

Para esta pieza los cambios recomendados fueron: agregar el logotipo de la institución, agregar titulares para captar de mejor manera la atención y realizarla diagramación del texto en cuadrado para que sea más legible.

Figura 38 - cambios

Antes



Después



Autostima y depresión

Una imagen propia dañada o bien una baja autostima, impide cumplir sueños, trazarse metas y expectativas a futuro, por ello la percepción que una persona tiene de sí misma ayuda a valorar sus capacidades y explotarla para alcanzar objetivos.

Al entrar a la adolescencia el joven entra a una "tormenta de personalidad" en la que se desarrolla la competencia y el deseo de ser mejor que los demás, simultánea a esto el joven buscará la aprobación de su círculo cercano para ser parte del grupo.

La depresión es el continuo estado de desánimo, melancolía y tristeza, muchas veces es causada por desequilibrios hormonales, baja autostima o experiencias negativas, puede estar acompañada en muchas ocasiones por arrebatos repentinos de ira, cambios drásticos de humor e indiferencia hacia lo que sucede alrededor.

Tipos de depresión

Depresión mayor: Es una combinación de síntomas que interfieren con la capacidad de una persona para trabajar, estudiar, realizar actividades que impliquen satisfacción e incluso comer y dormir. Afecta por un tiempo prolongado y puede que al no tener un tratamiento adecuado se recaga varias veces.

Distimia: este tipo de depresión es el menos grave, sus síntomas aparecen a largo plazo, pero no incapacitan a la persona para hacer actividades diarias como comer y dormir; esta es el tipo de depresión más común en adolescentes.

Desorden bipolar: a este tipo de depresión también se le conoce como maníaco-depresiva, es característico por los cambios de humor bruscos y totalmente opuestos entre sí.

Síntomas

A continuación se presenta un listado de los síntomas más comunes que se presentan al padecer de depresión, al contar con más de cinco de estos es recomendable realizar estudios médicos que permitan tratar de la mejor manera el caso.

- Cambios constantes de humor
- Sentimiento de culpa o inutilidad
- Incapacidad para concentrarse
- Irregularidad
- Sentimiento de abandono
- Insomnio o hipersomnia
- Desaire
- Pérdida o ganancia de peso
- Falta de energía
- Pensamientos de muerte o suicidio




Tratamientos

En los últimos años el suicidio por depresión se ha convertido en una de las principales causas de muerte en adolescentes, por esto la importancia de informarse sobre el tema y sus tratamientos. A continuación se presentan los más comunes.

Recomendaciones

Si se cree que el joven está padeciendo de más de cinco síntomas es recomendable realizar estudios médicos, ya que podría implicar una depresión mayor o desequilibrio químico en el organismo.

Psicoterapia: esta es un tratamiento que consiste por medio de sesiones que el paciente se conecta mejor y se abre a su entorno, forma un apoyo para sus pensamientos de cambiar poco a poco actitudes para superar la depresión.

Terapia electroconvulsiva: esta es el menos utilizado, es un tratamiento psiquiátrico que induce al paciente convulsiones de energía. En su mayoría es utilizado en pacientes que no han tenido avances con los medicamentos y donde el riesgo de cometer suicidio. Únicamente psiquiatras pueden definir si es necesario.

Supera la Depresión

Un ambiente amigable y de apoyo es vital para la recuperación, pues la enfermedad afecta principalmente al área emocional y puede que la persona sienta la necesidad de aliento y comprensión.

Es importante evitar las comparaciones con familiares u otros, al contrario se le debe constantemente recordar al joven que es único e importante.

Debe enfatizar las buenas noticias en el entorno, compartir las actividades para que el joven note que a su alrededor las cosas son buenas y ellos pueden ser parte de eso.

Apojar al joven frente a las fallas y animarle a enfocarse en encontrar las soluciones, pues de esta manera hará buscar soluciones será un hábito para él.





Autostima y depresión

Una imagen propia dañada o bien una baja autostima, impide cumplir sueños, trazarse metas y expectativas a futuro, por ello la percepción que una persona tiene de sí misma ayuda a valorar sus capacidades y explotarla para alcanzar objetivos.

Al entrar a la adolescencia el joven entra a una "tormenta de personalidad" en la que se desarrolla la competencia y el deseo de ser mejor que los demás, simultánea a esto el joven buscará la aprobación de su círculo cercano para ser parte del grupo.

La depresión es el continuo estado de desánimo, melancolía y tristeza, muchas veces es causada por desequilibrios hormonales, baja autostima o experiencias negativas, puede estar acompañada en muchas ocasiones por arrebatos repentinos de ira, cambios drásticos de humor e indiferencia hacia lo que sucede alrededor.

Tipos de depresión

Depresión mayor: Es una combinación de síntomas que interfieren con la capacidad de una persona para trabajar, estudiar, realizar actividades que impliquen satisfacción e incluso comer y dormir. Afecta por un tiempo prolongado y puede que al no tener un tratamiento adecuado se recaga varias veces.

Distimia: este tipo de depresión es el menos grave, sus síntomas aparecen a largo plazo, pero no incapacitan a la persona para hacer actividades diarias como comer y dormir; esta es el tipo de depresión más común en adolescentes.

Desorden bipolar: a este tipo de depresión también se le conoce como maníaco-depresiva, es característico por los cambios de humor bruscos y totalmente opuestos entre sí.

Síntomas

A continuación se presenta un listado de los síntomas más comunes que se presentan al padecer de depresión, al contar con más de cinco de estos es recomendable realizar estudios médicos que permitan tratar de la mejor manera el caso.

- Cambios constantes de humor
- Sentimiento de culpa o inutilidad
- Incapacidad para concentrarse
- Irregularidad
- Sentimiento de abandono
- Insomnio o hipersomnia
- Desaire
- Pérdida o ganancia de peso
- Falta de energía
- Pensamientos de muerte o suicidio




Fuente: Propia

9.9.5 Video

Para esta pieza los cambios fueron mínimos, únicamente se recomendó agregar durante la parte de las respuestas de los jóvenes algún dibujo o animación que represente lo que el joven dice y permita hacerlo más ameno.

Figura 40 - cambios

Antes



Después



Fuente: Propia

10. Propuesta Final

Durante el segundo semestre del año 2,014 se realizó la propuesta gráfica del proyecto “Depresión en adolescentes” para el Instituto América Latina. El nombre de la campaña interna es “Me Valoro” la cual tiene como fin prevenir la depresión por medio de mensajes positivos que hagan notar a los jóvenes que su vida tiene valor y su mayor apoyo es Dios. Es importante recordar que la institución con la que se trabaja es de religión evangélica e insisten en trabajar las piezas de la campaña enfocándose en el apoyo espiritual. A continuación, se presentan las piezas finales y el objetivo de cada una de ellas.

10.1 General

10.1.1 Tipografías

Se utilizó una tipografía cursiva para los títulos, Blenda Script, la cual tiene como fin captar la atención del grupo objetivo e invitarlos a leer el contenido de cada pieza. Para el cuerpo de texto o texto informativo se utilizó la tipografía Eurostile, de carácter cuadrado, legible y sans serif, lo que ayuda a dar un enfoque amigable al contenido.

Figura 41- propuesta final tipografías

Blenda Script Eurostile

Fuente: Propia

10.1.2 Colores

La paleta de colores utilizada tiene la principal función de atraer al joven a leer el contenido y a su vez reflejar seguridad y alegría. Para todo esto se utilizaron como colores principales cian y amarillo, los cuales al ser complementarios permiten crear armonía y resaltar

los contenidos. También se utilizan estos colores en tonos más oscuros que colaboran con detalles como lo son las sombras.

Figura 42- Propuesta final colores



Fuente: Propia

10.1.3 Elementos de apoyo

Como elementos de apoyo se utilizaron cintillos, los cuales tienen como principal objetivo resaltar la información y ayudar con la jerarquía de información. Estos son utilizados del tamaño que requiera la pieza y la información que esta contenga.

10.1.4 Identificador de Campaña

Como identificador de campaña se utilizó “Me Valoro” texto que hace referencia que una persona debe valorarse ella para que todos a su alrededor le den el valor que merece. El identificador cumple la función principal de unificar todas las piezas y recordar que la persona que lo lea tiene el valor que el mismo se da.

Figura 43- Propuesta final identificador



Fuente: Propia

10.1.5 Afiche

El objetivo de esta pieza es el de convencer al joven, por medio de frases positivas, que es Dios quien tiene bajo control su vida y de tener algún síntoma de depresión o tristeza inusual puede avocarse al Instituto, pues ellos tiene la capacidad para brindarle apoyo psicológico.

Figura 44 : Propuesta final afiches



Fuente: Propia

10.1.6 Posts Digitales

Estas se consideran piezas complementarias a los afiches e infografías que estarán expuestos en el Instituto. Estos permitirán alcanzar de manera ágil a los jóvenes ya que se pondrán estratégicamente en sitios que más frecuenten como lo es su plataforma estudiantil. Para su diseño se utilizan frases cortas de apoyo que ayuden a fortalecer la confianza en Dios e insisten en buscar apoyo en la institución o hacer notar esto frente a un adulto.

Figura 45: Propuesta final post digital



Fuente: Propia

10.1.7 Infografía

Esta pieza cumple con el objetivo de informar a los jóvenes sobre algunos datos que probablemente no conocían sobre la depresión. Se utilizó la numeración y titulares para lograr la fluidez de lectura y se utilizaron iconos que ayuden a complementar la información presentada.

Figura 46: Propuesta final Infografía



Fuente: Propia

10.1.8 Video

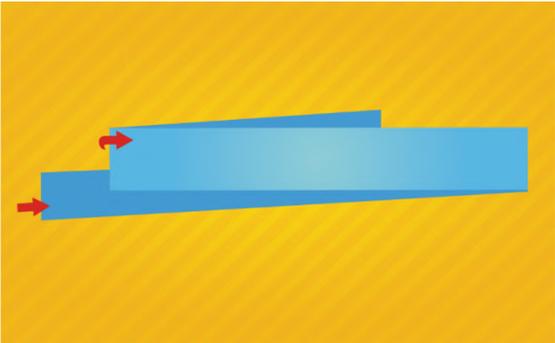
Para la propuesta de videos se decidió involucrar a los jóvenes, ya que su principal función es lograr que se sientan identificados y parte de la campaña. Para lograr todo esto se realizarán preguntas que tengan que ver con lo opuesto a la depresión; tal como lo es la felicidad, tranquilidad y amarse a sí mismos, ya que la campaña busca inducir al joven a un pensamiento positivo y de superación. Posterior a la pregunta aparecerá la respuesta del joven y algunos

dibujos que representen gráficamente la respuesta, al finalizar aparecerá el consejo espiritual respecto al tema.

Figura 47: Propuesta final Video



Descripción:
Sobre un fondo degradé amarillo se deslizaran líneas inclinadas de la esquina inferior derecha hacia la esquina superior derecha .



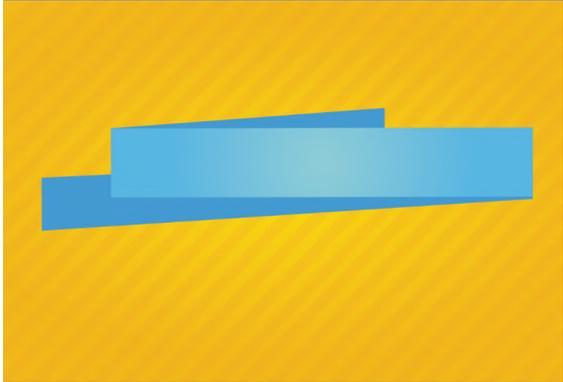
Descripción:
Al terminar las líneas entrera del lado derecho un cintillo que se doblará hasta llegar a la forma que se muestra arriba.



Descripción:
Sobre el cintillo antes dibujado se muestra como se dibujan una a una letras que forman finalmente una pregunta.



Descripción:
Se mantiene en escena por aproximadamente 6 segundos la pregunta ¿Qué te hace feliz?



Descripción:
Se desaparecen las letras de la frase ¿Qué te hace feliz?



Descripción:
De izquierda a derecha aparecen el vídeo de las respuestas que dieron respecto a la pregunta anterior.



Descripción:
Se escucha la respuesta del chico que esta dando la respuesta.



Descripción:
El vídeo se desliza de izquierda a derecha hasta salir de escena.



Se inicia formando un cintillo que sale de la parte superior derecha y se dobla hasta formar lo por completo



Descripción:
Aparece el cintillo completo.



Descripción:
Sobre el cintillo se ve como se dibujan una a una letras que formaran la frase de cierre.



Descripción:
Se completa la frase "Felicidad es vivir de la mano de Dios"



Descripción:
Bajan el logotipo del Instituto, seguido del identificador.



Descripción:
Finaliza el video con ambos logotipos que se mantienen por 3 segundos.

Fuente: Propia

10.1.9 Polifoliar

Esta es la única pieza enfocada especialmente a los padres de familia y maestros, pues este es el grupo más cercano y el contacto directo de los jóvenes. Esta pieza tiene la principal función de informar a grandes rasgos la depresión. De esta manera, tanto padres como maestros podrán ser más perceptivos ante los jóvenes que requieren ayuda y a los cuales podrán persuadir de buscar la información adecuada y pronta ayuda.

11. Producción y Reproducción

Para llevar de la mejor manera posible el proyecto se realizó el presupuesto con los costos de diseño e impresión de cada uno de los materiales. A continuación se presenta la calendarización de los medios y el presupuesto proyectado para dicha campaña.

11.1 Medios

Se sugiere adaptar la campaña a un plazo de tres meses, iniciando su lanzamiento durante la segunda mitad del mes de julio hasta finalizar clases en la segunda semana del mes de octubre, esto debido a que es un momento adecuado en el año para incentivar el logro y a alcanzar sus metas escolares.

Infografía: Esta pieza es la encargada de aperturar la campaña ya que muestra información interesante y por ser un anuncio nuevo en cartelera ayudará a captar más el interés de los jóvenes.

Afiches: Esta es una de las principales piezas del proyecto, pues da continuidad a la información que se presentó previamente en la infografía. Esta pieza presenta frases positivas que incitan al joven a confiar en Dios y superar la depresión.

Facebook: esta es una pieza complementaria clave, pues les recuerda la campaña y los mensajes positivos a los jóvenes en casa por un medio que ellos frecuentan. Los horarios recomendados para postear las imágenes son entre las 5pm y 9pm, pues es el horario en el que los jóvenes están activos en dicha plataforma.

Video: Al igual que los posts de Facebook, estas piezas se publicarán en redes sociales y serán utilizados complementariamente al material que ya se encuentra posicionado en el colegio. Es recomendable no saturar de información y publicar un video semanal durante las dos primeras semanas del mes.

Polifoliar: Esta es la pieza dirigida a padres de familia y maestros, dado a que son el contacto más cercano con el joven y las expectativas son que se encuentren informados sobre el tema, para

ello se recomienda durante los tres meses de la campaña mantener polifolios a la vista especialmente en los días de entrega de notas o eventos especiales.

12. Detalle de Piezas y Calendario

A continuación se presenta el detalle en cuanto a calendarización para la reproducción de cada una de las piezas antes mencionadas.

Figura 49: Calendario

Pieza	Cantidad	Tiempo	Lugar	Soporte	Medida	Sistema de impresión	Responsable
Afiche	20	15 días del mes	Cartelera de la Institución	Texcote	11" x 17"	Digital	Coordinadora del secundaria
Infografía	15	15 días del mes	Cartelera de la Institución	Texcote	18" x 20"	Digital	Coordinadora del secundaria
Polifoliar	500	3 meses	Cartelera de la Institución	Couché	5,5" x 17"	Litografía	Coordinadora del secundaria
Post	54	3 meses	Facebook de la institución		500px por 500px		Community Manager de la institución
Video	12	3 meses	Facebook de la institución		720px por 480px		Community Manager de la institución

	Julio							Agosto																																									
	Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1																																				
Afiches	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S							
Posts Facebook	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Infografía	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Video	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Polifoliar	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S

	Septiembre							Octubre																																									
	Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1		Semana 1																																				
Afiches	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S							
Posts Facebook	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Infografía	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Video	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Polifoliar	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S

Fuente: Propia

13. Presupuesto de Producción y Reproducción

A continuación, se presenta a detalle el costo de diseño e impresión de la campaña “Me Valoro”. Cabe mencionar que el diseño no será cobrado a la institución, pues es donación de la alumna encargada del proyecto.

13.2 Costos de Reproducción

Unidades	Descripción	Precio Unitario	Costo Total
20	Afiches	Q16.00	Q 320.00
15	Infografía	Q95.00	Q1,425.00
500	Polifoliar	Q 9.40	Q4,700.00
TOTAL			Q6,445.00

13.1 Cotización de Diseño

Descripción	Precio	Versión adicional	Costo Total
Conceptualización y creatividad	Q1,500.00		Q 1,500.00
Estrategia de comunicación	Q1,000.00		Q 1,000.00
Preparación de artes finales	Q 800.00		Q 1,500.00
Piezas			
Afiches	Q500.00	Q250.00	Q 1,000.00
Posts de Facebook	Q300.00	Q100.00	Q500.00
Infografía	Q700.00	Q500.00	Q700.00
Storyboard Video	Q900.00	Q500.00	Q 900.00
Animación de Video	Q1,500.00	Q900.00	Q1,500.00
Polifoliar	Q500.00	Q400.00	Q500.00
TOTAL			Q7,600.00

14. Informe de Artes Finales

Se entregará un DVD llamado “Artes Finales” este contendrá todas las piezas con las especificaciones que a continuación se describen.

- Carpeta Polifoliar

Tipo de Archivo: Illustrator CS6 y PDF ambos llamados “Polifoliar”

Tamaño: 17” x 11”

Resolución: 300 dpi’s

Sistema de impresión: litografía

Colores: CMYK

Material: Couché

- Carpeta Afiches

Tipo de Archivo: Illustrator CS6 y PDF ambos llamados “Afiche”

Tamaño: 11” x 17”

Sistema de impresión: Digital

Resolución: 150 dpi’s

Colores: CMYK

Material: Texcote

- Carpeta Infografía

Tipo de Archivo: Illustrator CS6 y PDF ambos llamados “Infografía”

Tamaño: 23.4” x 33.1”

Sistema de impresión: Digital

Resolución: 150 dpi’s

Colores: CMYK

Material: Texcote

- Carpeta Posts Facebook

Tipo de Archivo: Illustrator CS6 llamado “Posts”

Tipo de Archivo: 3 JPG llamados “Post1” “Post2” y “Post3”

Tamaño: 500px por 500px

Colores: RGB

- Carpeta Video

Tipo de Archivo: Illustrator CS6 llamado “Elementos de diseño para video”

Tipo de Archivo: PDF “Story Board”

Tamaño: 720px por 480px

Colores: RGB

15. Observaciones Generales

Todos los textos están convertidos a path y los archivos con fotografías tienen adjuntas directamente las imágenes. Las fotografías utilizadas son un recurso temporal ya que el colegio tiene el equipo para tomar las fotografías y desea hacerlo, sin embargo por factor de tiempo no fue imposible hacerlo antes de la entrega.

16. Conclusiones

1. Se realizó la campaña “Me Valoro” en el Instituto América Latina, el cual tiene por objetivo tratar la depresión de manera preventiva. Para ello, se di a la campaña un enfoque positivo, en el que se incita al joven a poner su confianza en Dios y se le invita a no solo superar la depresión si no a su vez a buscar ayuda dentro de la misma institución.
2. Entre los materiales realizados para la campaña “Me Valoro” se encuentra un polifoliar dirigido a maestros y padres de familia, este cumple la función de informarles sobre las características de una persona con depresión, ya que de esta manera podrán identificar y dar ayuda a los jóvenes que consideren.
3. Para cumplir con el principal objetivo, el cual es detectar a los jóvenes con síntomas de depresión, se proyectó la campaña en el entorno que se desenvuelven y se realizó una línea grafica llamativa con en un tono de comunicación positivo.

17. Recomendaciones

1. Para que la campaña se realice de la mejor manera dentro de la institución, es recomendable que la temática principal gire entorno a la confianza que se debe tener en Dios y la sanación espiritual.
2. Se recomienda que el material para padres se entregue en fechas estratégicas, por ejemplo: entrega de notas, charlas informativas y demás actividades. De esta manera se alcanzará a todos los padres de familia o a una cantidad significativa. Es recomendable brindar una copia al claustro de maestros para que la información pueda ser consultada en cualquier momento que se requiera.
3. Es recomendable que se respete el calendario de medios antes expuesto, ya que esto mantendrá un seguimiento entre piezas y el joven captará cada idea a cabalidad.

18. Glosario

Adolescencia: Período de crecimiento que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y 19 años.

Ansiedad: Es un mecanismo de adaptación que se activa dando un estado de alerta ante situaciones que se interpretan como peligrosas.

Aislamiento social: Es cuando una persona se aleja total o parcialmente de forma continua en entornos sociales, lo que hace crecer el sentimiento de soledad.

Autoestima: Medida en la que nos sentimos valorados, queridos y aceptados por otros y por nosotros mismos.

Bullying: Es la exposición que sufre una persona de forma psicológica o física, por parte de otra o de otro grupo de personas.

Depresión: Síndrome caracterizado por una tristeza profunda y por la inhibición de las funciones psíquicas, a veces con trastornos neurovegetativos.

Enfermedad mental: Las enfermedades o trastornos mentales son afecciones que impactan su pensamiento, sentimientos, estado de ánimo y comportamiento.

Equilibrio: Que es igual a otro y lo contrarresta.

Irritabilidad: Es la reacción de un ser vivo ante un cambio negativo.

Inestabilidad: Alteración del carácter, el humor o la tranquilidad de una persona que hace que se vuelva cambiante.

Psicólogo: Profesional de la salud mental que ayuda a las personas a desarrollarse y entenderse.

Salud mental: es la capacidad de contar con bienestar emocional, psicológico y social.

Suicidio: Acto de quitarse la vida.

Trastorno: Perturbación de las funciones psíquicas y del comportamiento.

19. Referencias

Acerca de la depresión / Consulta: 6/03/2013: :

<http://www.nimh.nih.gov/health/publications/espanol/los-hombres-y-la-depresion-folleto/tipos-de-depresi-n.shtml>

Campaña sobre la depresión / Consulta: 6/03/2013:

<http://www.informabtl.com/2012/12/05/usan-parabuses-para-contrarrestar-la-depresion/>

Campaña sobre la depresión / Consulta: 6/03/2013:

<http://www.thinkinus.com/perros-curan-la-depresion/>

Campaña sobre la depresión / Consulta: 6/03/2013: :

http://www.youtube.com/watch?v=7Ud8TDI_fEY/

Estadísticas / Consulta: 20/02/2013:

http://www.pbs.org/wgbh/takeonestep/depression/pdf/dep_stats_sp.pdf

Información sobre Guatemala / Consulta: 27/02/2013:

<http://www.visitguatemala.com/indexmundi/>

Página oficial Instituto América Latina / Consulta: 20/02/2013:

<http://colegios.alatina.org/index.php/historia>

Revista latinoamericana de psicología 1996, VOLUMEN 28, ND2, 341-366. / Consulta:

20/02/2013

Revista médica de Costa Rica y Centroamérica / Consulta: 20/02/2013:

<http://www.binasss.sa.cr/revistas/rmcc/586/art4.pdf>

Universidad del valle de Guatemala, departamento de ciencias sociales / Consulta: 20/02/2013:

<http://www.coedu.usf.edu/depresión-adol/>