



# UNA DECISIÓN

## CAMBIA TU VIDA

Campaña sobre la prevención al consumo de narcóticos, en los/las jóvenes, estudiantes del instituto por cooperativa Villa Hermosa.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Proyecto de Graduación presentado por:  
Selvin Leonardo López Ceballos

Para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico,  
egresado de la Facultad de Arquitectura  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guatemala, febrero 2017



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**Material Audiovisual**

**“Campaña sobre la prevención al consumo de narcóticos, en los/las jóvenes, estudiantes del Instituto por cooperativa Villa Hermosa”.**

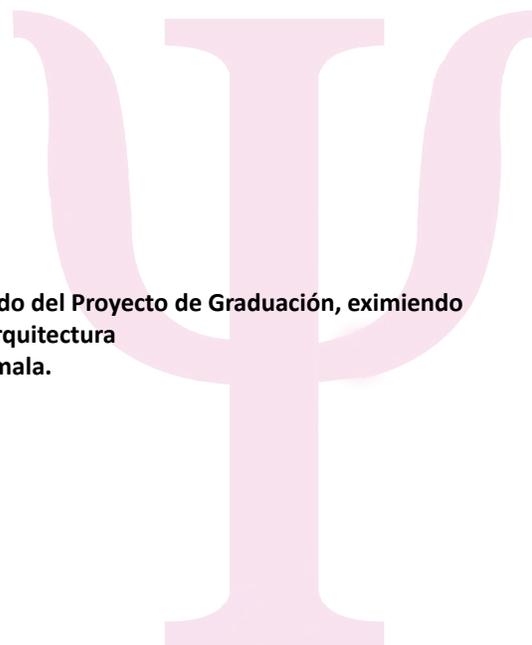
**Proyecto de investigación y comunicación realizado en la ciudad de Guatemala, en el periodo de julio a noviembre del año 2015.**

**Presentado por  
SELVIN LEONARDO LÓPEZ CEBALLOS**

**al conferírsele el Título de  
DISEÑADOR GRÁFICO**

**Guatemala, febrero de 2017.**

**El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, la originalidad y el contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.**





## Nómina de Autoridades

### Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

MSC. Byron Alfredo Rabe Rendón	Decano
MSC. Publio Alcides Rodríguez Lobos	Secretario
Arq. Gloria Ruth Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras	Vocal III
Br. Gladys Jeanharie Chacón García	Vocal IV
Br. Carlos Rubén Subuyuj Gómez	Vocal V

### Tribunal examinador

MSC. Byron Alfredo Rabe Rendón	Decano
MSC. Publio Alcides Rodríguez Lobos	Secretario
Licda Marysol Dávila	Asesora metodológica
Lic. Fernando Fuentes	Asesor Gráfico
Lic. Daniel Hernández	Asesor institucional

## *Dedicatoria*

*Dedico este material en primer lugar a Dios por permitirme culminar este ciclo en mi vida, a mis padres, amigos y personas que a lo largo de este camino, compartieron conmigo, sueños, ilusiones, anhelos, desvelos y demás experiencias, que se convirtieron en momentos que jamás se olvidan. Con dedicación muy especial a las tres personas mas importantes en mi vida, quienes han sido mi fuente de inspiración y fortaleza para perseverar y lograr la culminación de esta meta, mi esposa Nohelia, y mis dos grandes tesoros Iker y Angie... Los Amo.*



CAPs V.H.  
*Clínica de atención Psicológica*

# Índice

**Índice**

**Página**

**1. Capítulo 1**

**09**

1.1. Introducción	10
1.2. Antecedentes	11
1.3. Identificación del problema	12
1.4. Justificación	13
1.4.1. Magnitud del proyecto	14
1.4.2. Trascendencia	14
1.4.3. Vulnerabilidad	14
1.4.4. Factibilidad del proyecto	15
1.5. Objetivos	16
1.5.1 Objetivo General	16
1.5.2 Objetivo específico 1	16
1.5.3 Objetivo específico 2	16

**2. Capítulo 2**

**17**

2.1. Perfil de la Institución	19
2.1.1 Misión, Visión y Objetivos de la institución	19
2.1.1.1 Misión	19
2.1.1.2. Visión	19
2.1.1.3. Objetivos	19
2.2. Grupo Objetivo	20
2.2.1. Aspectos geográficos	20
2.2.2. Aspectos demográficos	20
2.2.2.1. Género y Edad	20
2.2.2.2. Escolaridad	20
2.2.2.3. Religión	20
2.2.3. Aspectos psicográficos	20
2.2.4. Aspectos conductuales	20
2.2.4.1. Relación grupo institución	20

**3. Capítulo 3**

**21**

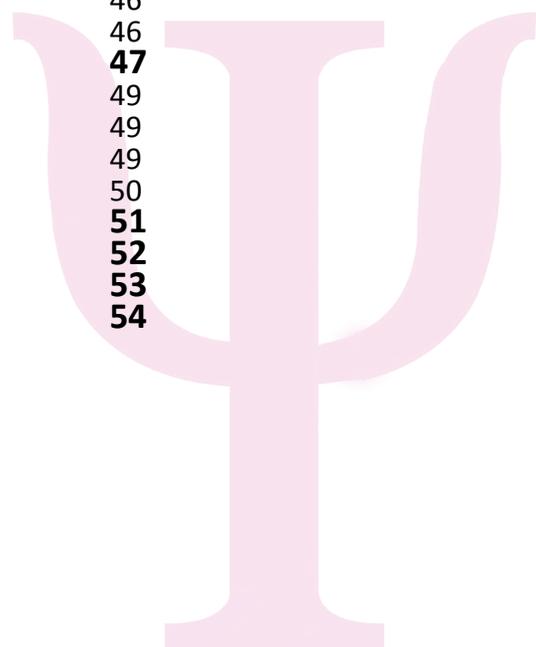
3.1 Marco Teórico	23
3.1.1. Juventud	23
3.1.2. Introducción a las adicciones	24
3.1.3. Adicciones en Guatemala	24
3.1.3.1. Drogas Sintéticas	25
3.1.3.2. Narcóticos de consumo preferido	25
3.1.3.3. Atención de los padres	25
3.1.4. Campaña Preventiva	26
3.1.4.1 Tipos de Campaña Preventiva	26
3.1.4.1.1. Por intriga	26
3.1.4.1.2. Secuencial	26
3.1.4.1.3. Advertencia	26
3.1.4.2. Campañas preventivas de comunicación	26
3.2 Concepto Creativo	28
3.2.1 Brainstorming	28
3.2.2 Planteamiento	28
3.2.3. Propuestas de Concepto Creativo	28
3.2.4. Concepto creativo	28
3.2.5. Insight	28
3.3. Pre visualización de bocetajes	29
3.3.1. Proceso de bocetaje	29
3.3.2. Guion Técnico	29
3.3.3. Story Board	29

**4. Capítulo 4**

**31**

4.1 Validación	33
4.1.1. Nivel 1 / auto evaluación	33
4.1.1.1. Muestra	33

4.1.1.2. Metodología	33
4.1.1.3 Material a Validar	33
4.1.1.4 Resultado y análisis de la autoevaluación	34
4.1.2. Nivel 2 / evaluación de docentes y profesionales	34
4.1.2.1 Muestra	34
4.1.2.2. Metodología	34
4.1.2.3. Material a validar	35
4.1.2.4. Res. análisis del nivel de visualización 2	36
4.1.3. Nivel 3 / evaluación con el grupo objetivo	36
4.1.3.1. Muestra	36
4.1.3.2. Metodología	36
4.1.3.3. Material a validar	37
4.1.3.4. Res. y análisis del nivel 3 de evaluación	38
4.1.3.4.1. Conclusiones	38
4.2. Propuesta Final	39
4.2.1. Material Audiovisual	39
4.2.1.1. Uso del material	40
4.2.1.2. Intervención en la solución	40
4.2.2. Afiche informativo	40
4.2.2.1 Uso del material	40
4.2.2.2. Intervención en la solución	41
4.2.3. Bifoliar informativo	41
4.2.3.1. Uso del material	41
4.2.3.2. Intervención en la solución	41
4.3. Justificación	42
4.3.1 Color	42
4.3.1.1. Color fucsia	42
4.3.1.1.1. Atributos psicológicos	42
4.3.1.1.2. Atributos estéticos	42
4.3.1.2. Color verde	42
4.3.1.2.1. Aspectos asociados al verde	42
4.3.2. Grafismos	43
4.3.3. Tipografías	44
4.3.3.1. Bebas Neue	44
4.3.3.2. Monotype Cursiva y nyala	44
4.3.4. Encuadres	45
4.3.5. Formatos	46
4.3.5.1. Material Audiovisual	46
4.3.5.2. Afiche	46
4.3.5.3. Bifoliar	46
4.3.5.4. Justificación del material	46
4.3.5.4.1 Material audiovisual	46
4.3.5.4.2 Afiche	46
4.3.5.4.3 Bifoliar	46
<b>5. Capítulo 5</b>	<b>47</b>
5.1. Lineamientos para la puesta en práctica	49
5.1.1. Campaña	49
5.2. Cronograma de la implementación	49
5.3. Presupuesto	50
<b>Conclusiones</b>	<b>51</b>
<b>Lecciones Aprendidas</b>	<b>52</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>53</b>
<b>Anexos</b>	<b>54</b>





**INTRODUCCIÓN**  
**ANTECEDENTES**  
**IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**  
**JUSTIFICACIÓN**  
**OBJETIVOS**

**CAPs V.H.**  
*Clinica de atención Psicológica*

# Capítulo 1



### **1.1. Introducción**

Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta la juventud actualmente en la sociedad Guatemalteca, es referente a la problemática de la adicción a narcóticos, la cual abarca una extensa variedad de sustancias, ya sean de orígenes naturales como el cannabis Sativa (marihuana), amapola, opio y hongos alucinógenos, hasta las sustancias creadas en laboratorios como el LSD(dietilamida de ácido lisérgico), metanfetaminas pasando por la cocaína, morfina y heroína, estas últimas de menor consumo en nuestro país, aunque no dejan de tener una relevancia significativa, en esta problemática para la juventud Guatemalteca.

Desde el punto de vista psicológico, las adicciones a narcóticos o fármacos controlados, responde a la búsqueda del placer e identidad, la búsqueda de satisfacer un deseo o llenar un vacío emocional existencial, como por ejemplo el olvidar una situación de conflicto emocional ya sea personal, familiar o social, siendo los jóvenes comprendidos entre los 12 a 18 años la parte de la población con mayor vulnerabilidad, y la que se encuentra necesitada de mayor información acerca de las consecuencias a corto, mediano y largo plazo sobre las consecuencias del consumo de narcóticos.

## 1.2. Antecedentes

Las adicciones en Guatemala están actualmente ligadas a diferentes problemáticas sociales que aquejan a la población en general pero en el caso más específico a la juventud, grupo que por la carencia de información pertinente, y la búsqueda de identidad es la más vulnerable, a ser víctima de esta problemática social, actualmente la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Contra las Adicciones y el Tráfico Ilícito de Drogas SECCATID implementa el Programa Nacional de Educación Preventiva Integral -PRONEPI-, la cual sensibiliza y capacita a los docentes, en la prevención del consumo de drogas para que sean agentes multiplicadores.

PRONEPI es una metodología integral que permite identificar la importancia de la prevención y fomenta la práctica de estilos de vida saludables, en estudiantes de primaria alta, 5to y 6to primaria, nivel básico y diversificado. Sin embargo existe una falta latente en cuanto a las campañas preventivas contra las adicciones a nivel sectorial, la institución denominada “Clínica de Atención psicológica villa hermosa. -CAPS V.H.-” en su tiempo ejerciendo dentro del establecimiento educativo “Instituto por Cooperativa Villa Hermosa”, ha realizado campañas, enfocadas a informar a la población estudiantil del establecimiento sobre los daños que produce a nivel psicológico, físico y social el consumo de narcóticos, sin embargo por el corto tiempo que la institución tiene realizando estas campañas, no cuenta con ningún material de apoyo visual propio, ya que en su mayoría la información que se imparte en estos talleres se realiza de manera verbal y en ocasiones con el soporte de material audiovisual, descargado de algún sitio de internet, por esa circunstancia, surge la necesidad de generar material propio con el que puedan realizar sus campañas de mejor manera y en concordancia con el grupo objetivo.

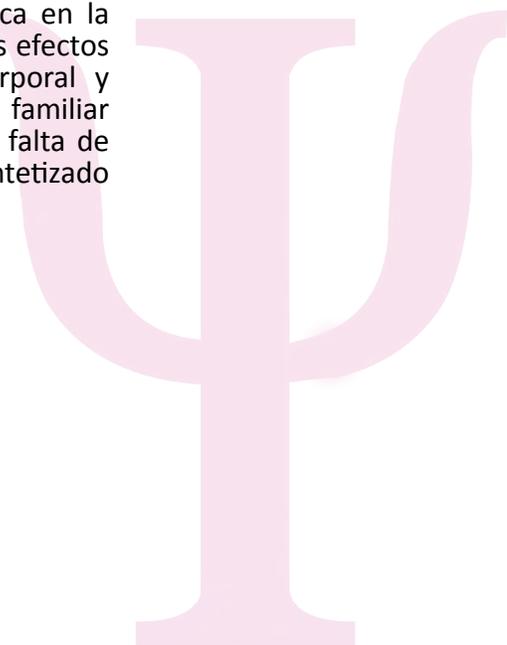


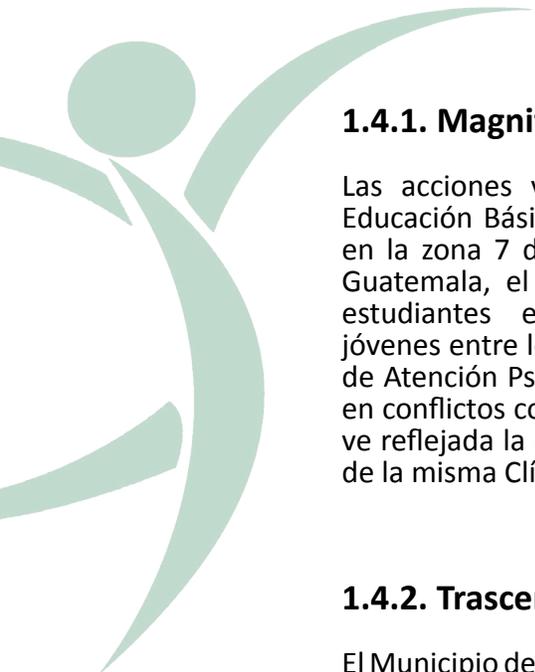
### **1.3. Identificación del problema**

Por medio de las visitas de campo, métodos de investigación y recopilación de información de cómo se comporta el grupo objetivo con respecto a las diferentes formas de transmitir un mensaje de forma asertiva, se logró concluir que, el principal medio al cual los jóvenes del instituto por cooperativa Villa Hermosa, responde, corresponde a los medios de difusión visual y audiovisual por lo que se consideró pertinente la elaboración de un material audiovisual tomando como referencia que la Clínica de Atención Psicológica –CAPS V.H.-no cuenta con el material adecuado y contextualizado, por esta situación surge la necesidad de la elaboración de material audiovisual que pueda ser presentado a los jóvenes hombres y mujeres, en el cual se muestre, refuerce, prevenga e informe de las consecuencias del consumo de narcóticos, y se les invite al mismo tiempo a realizar actividades en las que puedan desarrollar sus habilidades y aptitudes, y en las que puedan canalizar sus emociones y desahogar sus conflictos realizando otras actividades, de la mano de la asesoría de los especialistas de la clínica de atención psicológica.

#### 1.4. Justificación

Durante el período de tiempo que lleva la institución de brindar atención psicológica a los jóvenes dentro del establecimiento educativo “Instituto por Cooperativa Villa Hermosa”, se ha atendido a una considerable cantidad de estudiantes, docentes y padres de familia con diversidad de problemáticas de carácter psicológico emocional, y como resultado de esta labor se ha podido detectar que uno de los más altos factores de riesgo a los que se exponen los jóvenes, es referente al tema de las adicciones a narcóticos debido a que por la falta de información y orientación los alumnos se encuentran en estado de vulnerabilidad con respecto al consumo de sustancias prohibidas, como una manera fácil de salir de los problemas que les aquejan y que aunado a la edad en la que se encuentran les es más difícil manejar las situaciones de una forma racional y objetiva, siendo otro factor importante la ubicación en la que se encuentran, ya que la zona 7 de la colonia Villa Hermosa del municipio de San Miguel Petapa, es una zona en la que es muy común la distribución y consumo de estas sustancias, ya que también está catalogada como zona roja, existen antecedente que dentro del establecimiento educativo se han encontrado a jóvenes alumnos con problemas de adicción a narcóticos en un nivel inicial. por ese motivo se identificó por medio de la unidad de la Clínica de Atención Psicológica –CAPS V.H.- . que el problema de comunicación radica en la desinformación sobre la magnitud de los efectos que produce tanto en el aspecto corporal y psicológico y a nivel personal como familiar el consumo de narcóticos, así como la falta de material audiovisual contextualizado y sintetizado especialmente para el grupo objetivo.





### **1.4.1. Magnitud del Proyecto**

Las acciones van dirigidas a jóvenes estudiantes del Instituto de Educación Básica por Cooperativa de Villa Hermosa, situado en la zona 7 del municipio de San Miguel Petapa, departamento de Guatemala, el cual alberga estadísticamente a mil doscientos once estudiantes en sus dos jornadas. Conformado por Adolescentes y jóvenes entre los 12 a 18 años. Semanalmente por medio de la Clínica de Atención Psicológica, se obtienen reportes de jóvenes involucrados en conflictos con la ley debido a diferentes delitos. En esta situación se ve reflejada la emergente necesidad de la asesoría de los especialistas de la misma Clínica.

### **1.4.2. Trascendencia**

El Municipio de San Miguel Petapa está en la actualidad catalogado como zona roja debido a los altos índices de violencia y criminalidad. La vida cotidiana se ha visto alterada por fenómenos sociales que atentan contra la paz y seguridad de la población; al igual que otras zonas clasificadas de la misma forma, se puede indicar que existe: narcomenudeo, extorsiones, pandillas, asesinatos, y otros tipos de delito que se transforman en una amenaza permanente para la población estudiantil que se puede ver de alguna manera afectada en su funcionamiento. De esta necesidad se deriva el interés de incorporar la atención psicológica y orientadora, como elemento preventivo y correctivo.

El tema de las adicciones es un tema que debe ser tratado con especial atención a los jóvenes del nivel medio, ya que son quienes por la falta de identidad y experiencia en la toma de decisiones, madurez y la búsqueda de independencia, características propias de la adolescencia, edad que se caracteriza por actitudes de rebeldía y sentimientos de invencibilidad, son más susceptibles a que por medio de engaños, o en la simple búsqueda de la soluciones fáciles en apariencia de un problema cualquiera, se sientan atraídos hacia el consumo de narcóticos.

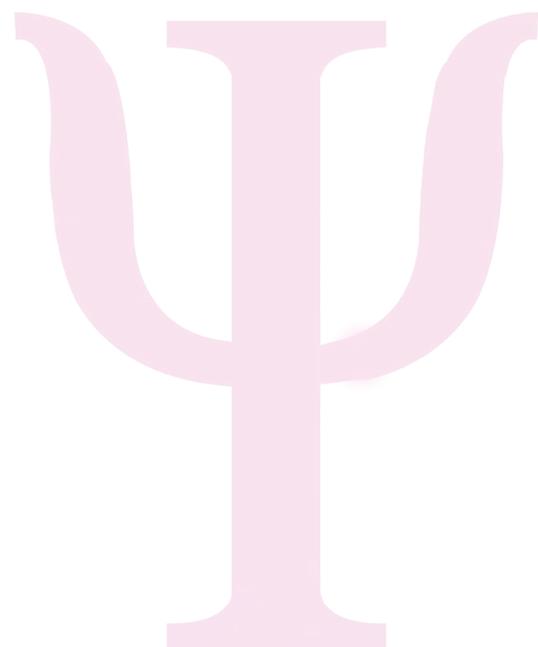
### **1.4.3. Vulnerabilidad**

Por medio de la realización del material audiovisual se busca crear en la población estudiantil en primer lugar obtener el conocimiento de cómo vivir una vida plena sin la necesidad del uso de narcóticos, La población cercana al centro, han sufrido algún tipo de violencia, desempleo, el cual es un factor que incide a generar violencia. Las situaciones familiares, afectan a muchos de los jóvenes que asisten voluntariamente a CAPS V.H. Los estilos de crianza y las relaciones familiares son factores que influyen en la personalidad, creando baja autoestima e inseguridades. Debido a ello, se proporciona información para promover valores positivos dentro del hogar y de la interacción mutua de sus habitantes. El uso de sustancias narcóticas es una de las situaciones que aquejan

a los adolescentes, utilizando las drogas como medio para solucionar dichos problemas. Para contrarrestar estas acciones se promueven alternativas de recreación para los jóvenes, así como también información para prevenir la drogadicción y vandalismo y los efectos negativos que estos elementos podrían tener en el desarrollo personal y psicosocial, con el objetivo de promover el acercamiento de los mismos que después de un auto análisis identifiquen que se encuentren en riesgo, y puedan asistir a las clínicas de atención psicológica CAPS V.H., mismas que están al servicio de estos y otros trastornos psicológicos.

#### **1.4.4. Factibilidad**

La factibilidad del proyecto es viable, debido a que la institución, promueve la concientización, de forma permanente, por medio de talleres informativos, en los que se interactúa con el estudiante. Adicional a eso se cuenta con los insumos y medios para la difusión del material audiovisual, el cual será reforzado con los talleres y pláticas así como su difusión del material en medios interactivos.



## 1.5. Objetivos

### 1.5.1 Objetivo General

Elaborar para la Clínica de Atención Psicológica Villa Hermosa –CAPS V.H.- material audiovisual que brinde información acerca de la prevención del consumo de narcóticos, en la población del instituto por cooperativa Villa Hermosa.

### 1.5.2 Objetivo específico 1

Por medio del material audiovisual mostrar a los jóvenes estudiantes del instituto por cooperativa Villa Hermosa la consecuencia que conlleva el consumo de narcóticos.

### 1.5.3 Objetivo específico 2

Informar al Grupo objetivo, de los diferentes medios alternativos que la institución –CAPS V.H.- implementará para la difusión de este material audiovisual y los demás materiales que sirvan de ayuda a las necesidades específicas del grupo objetivo tomando como base sus características, gustos y afinidades.



**PERFIL DE LA INSTITUCIÓN**  
**GRUPO OBJETIVO**



**CAPs V.H.**  
*Clinica de atención Psicológica*

# Capítulo 2



## 2.1. Perfil de la Institución

La institución CAPS V.H. es una institución de reciente formación, la cual está localizada en el Interior de las instalaciones del Instituto de Educación Básica por Cooperativa Villa Hermosa, como parte de los aportes de La Tricentenario Universidad de San Carlos de Guatemala, a la sociedad Guatemalteca, por medio de la Escuela de Ciencias Psicológicas a través de la apertura del módulo de atención psicológica, con el nombre de: Clínica de Atención Psicológica CAPS V.H. Conformado por un grupo de alumnos/as practicantes de la Escuela de Ciencias Psicológicas, bajo la supervisión de un profesional Psicólogo, Docente Supervisor/Asesor, asignado por la Coordinación General de la práctica Psicológica. Dichas clínicas fueron inauguradas el 10 de Febrero de 2015, en ambas jornadas, matutina y vespertina.

### 2.1.1 Misión, Visión y Objetivos de la institución

#### 2.1.1.1 Misión

*“Somos un equipo de profesionales que brinda asesoría y acompañamiento a personas que atraviesan dificultades personales o en su entorno y que anhelan trascender, desarrollar y fortalecer su potencialidad.”*

#### 2.1.1.2. Visión

*“Ser un equipo profesional de apoyo permanente que brinde las herramientas necesarias para el desarrollo y trascendencia personal, familiar y social.”*

#### 2.1.1.3. Objetivos

*“Brindar apoyo, motivación y asesoría profesional psicológica de manera personalizada o colectiva según se requiera.”*

La organización no cuenta con ningún antecedente de alguna campaña de comunicación visual propia debido a su reciente formación, por la misma situación en la actualidad la institución utiliza material audiovisual descargado de youtube u/o algún otro medio streaming de material audiovisual.

La labor de la institución es brindar a la población estudiantil del instituto por cooperativa de villa hermosa, atención a problemas psicológicos de toda índole, problemas de rendimiento académico, violencia familiar, adicciones, relaciones interpersonales y orientación emocional.

El método de trabajo de la institución está dividido en dos frentes, el primero por medio de clínicas a los que los estudiantes pueden acercarse a solicitar atención con respecto a las problemáticas que estén enfrentando, y la segunda, por medio de talleres, que se imparten mensualmente en donde se concientiza a la población estudiantil sobre las diferentes problemáticas, que aquejan a la juventud guatemalteca, y del sector.

El grupo que atiende a la que la institución atiende está conformado por jóvenes de ambos sexos, comprendidos entre los 12 y 18 años, estudiantes del instituto por cooperativa Villa Hermosa, en sus jornadas matutina y vespertina.

## 2.2. Grupo Objetivo

Jóvenes estudiantes, hombres y mujeres comprendidos entre los 12 y 18 años estudiantes del instituto por cooperativa villa hermosa, localizado en la zona 7, de la colonia Villa Hermosa 2, del municipio de San Miguel Petapa, del departamento de Guatemala.

Para la obtención de los aspectos, demográficos, y psicográficos del grupo objetivo se utilizó el instrumento encuesta y por medio de los métodos spice y poems se logró determinar a que grupo social pertenece el mismo.

### 2.2.1. Aspectos geográficos

El grupo objetivo se encuentra ubicado en la zona 7 de la Colonia Villa Hermosa, del municipio de San Miguel Petapa, del departamento de Guatemala.

### 2.2.2. Aspectos demográficos

#### 2.2.2.1. Género y Edad

Hombres y mujeres comprendidos entre los 12 y 18 años de edad.  
20% hombres, 80% mujeres.

#### 2.2.2.2. Escolaridad

Nivel básico y Diversificado.  
61 % nivel básico 39% diversificado

### 2.2.3. Aspectos psicográficos

Están comprendidos dentro del estrato social C3 medio bajo, con un ingreso promedio familiar de Q6100 (prodatos,2012.), son individuos que gustan de la tecnología, la música, dedican su mayor parte del tiempo libre al uso de redes sociales, su círculo de amistades no se limita a las amistades del colegio, sino adicional a eso se relacionan con amigos de la misma colonia y personas que conocen a través de las redes sociales, tienen una pareja en relación de noviazgo con la que comparten, gran parte del día.

### 2.2.4. Aspectos conductuales

Asisten regularmente a clases, en su tiempo libre, lo utilizan para hacer tareas, ver televisión, escuchar música, y revisar sus redes sociales, ven televisión por cable, escuchan todo tipo de música, en especial reguetón y música de banda, no mostraron mucho gusto de salir a centros comerciales, la mayor parte del tiempo la pasan en casa. Todo tipo de información que reciben la obtienen en su mayoría por medio de la WEB.

#### 2.2.4.1. Relación del grupo objetivo con la institución

El grupo objetivo se relaciona con institución, como parte de un programa ejecutado por la escuela de ciencias psicológicas de la universidad de San Carlos, por medio de la clínica de atención psicológica Villa hermosa –CAPS.V.H.-, en donde el estudiante cuenta con el servicio de apoyo y asesoría psicológica.

**MARCO TEÓRICO**  
**CONCEPTO CREATIVO**  
**PREVISUALIZACIÓN**



**CAPs V.H.**  
*Clinica de atención Psicológica*

# Capítulo 3



## 3.1 Marco Teórico

### 3.1.1. Juventud

En las sociedades de la edad media, la juventud, catalogada como una etapa distinta a la adultez y la infancia no existía como tal, así como durante mucho tiempo no se tuvo la noción del concepto infancia, tampoco existió la noción de adolescencia, los niños y niñas prácticamente pasaban de ser niños a ser adultos tan pronto como les llegaba la pubertad, y de esta forma no pasaban a ser jóvenes hombres y jóvenes mujeres sino que pasaban a ser hombres y mujeres jóvenes tratados como adultos, a la espera de una vejez prematura considerada de esa forma al alcanzar los 30 años de edad, debido a las enfermedades de la época y la poca expectativa de vida imperante en esos tiempos.

La adultez se formaba en función de la transmisión de conocimientos por medio del constante contacto con personas adultas en donde al integrarse a grupos de adultos se terminaba de formar al individuo ofreciéndole atribuciones y responsabilidades, como el trabajo, el aprender un oficio o la adjudicación de un cargo, y de esta forma conseguir la continuidad de la sociedad y el aprendizaje por medio de la experiencia.

El fenómeno por medio del cual se dio la separación de la niñez a la adultez y se dio surgimiento a el termino juventud tal cual lo conocemos hoy en día, fue el progreso de la educación escolarizada, que vio sus inicios en el siglo XV y XVI, y fue de esta forma que se fue separando a los niños y jóvenes de los adultos, ya que la escolaridad era progresiva e impartida según las edades, esto dio lugar a la separación progresiva de los niños y jóvenes del resto de la población mientras duraba el tiempo de la escolaridad y formación académica.

La juventud más que un estado puramente biológico, o una categoría de edad es un fenómeno social y cultural es decir un concepto creado por las sociedades para diferenciar a los distintos grupos sociales, ideologías y necesidades en segmentos de la población, de manera particular en diferentes periodos de la historia.

La tendencia actual nos sugiere pensar en las etapas: infancia, adolescencia, juventud, adultez y vejez, como etapas fijas o como un ciclo de vida estático, esto para delimitar las situaciones que experimenta o experimentara el ser humano en cada una de las etapas de la vida en la que se encuentre. Sin embargo estos argumentos no son del todo estáticos y han ido cambiando a través de los tiempos y esto no significa que no puedan seguir surgiendo nuevas teorías o nuevas categorías de edad, por lo tanto sabemos también que las etapas establecidas no siempre han sido delimitadas de la misma forma, por lo que son susceptibles a transformaciones. Hace unos años se consideraban jóvenes a los individuos que no habían pasado de los 24 años y adultos jóvenes a los individuos contemplados entre los 25 y 29 años, aunque en los años recientes estos ultimos han sido incluidos dentro de la categoría de jóvenes, por lo que podemos decir que los parámetros no son estáticos y tienden a ser modificados a medida que las circunstancias y las expectativas de vida cambian.

De esta forma se puede definir a la juventud como un grupo social con características específicas según las condiciones, entorno y época. Hablar de juventud implica estudiar, y comprender la manera en la que esta ha sido definida a través de los tiempos y como es percibida por quienes se consideran pertenecer a este grupo social y la forma de como estos son vistos por los demás grupos de la sociedad.

actualmente es común hablar de la juventud como una etapa de la vida, o como un grupo de la población específico diferenciado de los demás grupos por razones puramente de edad. Sin embargo todas las ideas y definiciones han sido creadas por las sociedades y no siempre se han incluido a todos los sectores que comprenden este grupo, se considera como joven a una persona hombre o mujer entre los 13 y 17 años (Becoña, 2010).

Estas aseveraciones definen a los jóvenes como seres en formación carentes de formalidad, seres a los que se les atribuye una cierta vulnerabilidad y estar propensos a influencias y cambios externos, como lo son las modas, la transculturización, la imitación y otros factores que los hacen inestables y poco confiables.

Por otro lado son considerados como individuos con excesiva energía, creatividad, flexibilidad, dinamismo, persistencia y mucha curiosidad, estos razonamientos sirven para justificar todas las acciones dirigidas a este grupo vulnerable de la población, campañas informativas, foros, congresos, etc, con temas tan diversos como, la prevención contra la violencia, control de sida definida a través de los tiempos y como es vivida y sentida por quienes consideran pertenecer a este grupo social y la manera como estos son vistos por los demás grupos de las sociedades.

El accionar y pensar de los jóvenes va siempre dirigido hacia el futuro, se les tiene como misión transformar y mejorar su entorno, aunque regularmente son otros los que deciden por ellos, y naturalmente su voz sigue estando ausente. Es importante conocer lo que significa ser joven en nuestro país, y el rol que estos juegan, desde sus familias, comunidades y como país en conjunto.

### **3.1.2. Introducción a las adicciones**

La región de Centroamericana es conocida por el tráfico de narcóticos, pero no por el consumo masivo de los mismos, lamentablemente en los países en los que se sirve de canal para el tráfico de drogas hacia los Estados Unidos, se está presentando un fenómeno de consumo ascendente en la juventud, el uso de drogas es preocupante por sí solo, no únicamente por el deterioro que causa al organismo, sino porque está asociado estrechamente, con comportamientos de riesgo como la participación en actos violentos, abandono escolar, participación en grupos delictivos como pandillas y maras, deterioro de la situación económica individual y familiar, e incluso la muerte.

La historia de las adicciones se remonta a la historia misma del hombre, fumar cigarrillos, beber alcohol, mascar hojas de coca, beber pocimas embriagantes, fumar marihuana, utilizar el opio para aliviar el dolor etc., son ejemplos de sustancias que el hombre ha utilizado a lo largo de la historia. En la actualidad se destacan nuevas adicciones, unas derivadas de anteriores sustancias, como la cocaína y la heroína, hasta las drogas de diseño en laboratorios como el LSD.

Una característica común de las conductas adictivas es la pérdida de control con respecto a la sustancia, misma que produce dependencia, tolerancia, síndrome de abstinencia y una incidencia negativa en su vida, malestar y estado alterado de la conciencia.

Los documentos literarios indican una diferencia sustancial entre jóvenes y adultos con respecto a la inclinación o susceptibilidad al consumo de narcóticos, los jóvenes tienen mayor dificultad para controlar sus impulsos que los adultos, por esta situación son más susceptibles a ser influenciados por sus compañeros y/o el entorno, los estudios indican que la susceptibilidad al consumo muestra su máxima vulnerabilidad a los 14 años, y comenzando a descender en el a los 18 años. (Becoña, manual de adicciones, 2010, 15).

Para obtener un panorama claro sobre los factores de riesgo a los que se expone la juventud es necesario conocer las consecuencias y efectos de cada tipo de narcótico, y el estatus socio económico necesario para su consumo, aunque no es un secreto que la marihuana no tiene las mismas consecuencias nocivas si la comparamos con el crack y la cocaína, esta sirve de introducción para el consumo de sustancias más fuertes, estas rutas que siguen los jóvenes en el consumo de estupefacientes, marca la acción a tomar para la creación de campañas preventivas eficaces orientadas a evitar el consumo de narcóticos en una población en específico, con un nivel socioeconómico y entorno específico.

### **3.1.3. Adicciones en Guatemala**

En el año 2002 SECCATID y la embajada de los Estados Unidos en Guatemala elaboraron una encuesta sobre las adicciones y otros problemas sociales en Guatemala, y los datos que mostraron estas encuestas son muy alarmantes ya que la juventud se encuentra demasiado expuesta a un medio ambiente hostil, por lo que son altamente propensos a tener contacto con narcóticos muy peligrosos desde edades tempranas ya que el medio en el que se vive es de alto riesgo.

Es por eso la importancia de crear campañas y concientizar tanto a los jóvenes como a los padres a detectar las señales de alerta, ya que no es posible modificar el ambiente en el que desarrollan los jóvenes, y el enemigo está a la vuelta de la esquina, estos son algunos de los datos que mostró la encuesta realizada por SECCATID

1. Cerca de la mitad de los jóvenes escolares guatemaltecos que participaron en el estudio indicaron haber bebido alcohol (52%) o fumado cigarrillos (44%) una o más veces en su vida.

2. De cada 100 jóvenes escolares que participaron, aproximadamente uno indicó haber usado éxtasis y crack, dos habían usado inhalantes o cocaína, cuatro habían usado marihuana, ocho habían utilizado estimulantes y 18 habían usado tranquilizantes.

3. Casi uno de cada tres (37%) estudiantes informaron de por lo menos un problema social, legal o médico relacionado con el uso de alcohol, mientras que uno de ocho (13%) había experimentado uno o más problemas relacionados con drogas.

4. Cerca del 25% de las estudiantes mujeres informaron del uso de tranquilizantes y 10% dijeron haber usado estimulantes.

5. Entre los estudiantes, las mujeres mostraron casi la misma probabilidad que los niños de haber usado alcohol (50%) y éxtasis (1%), pero los varones mostraron casi el doble de la probabilidad de haber fumado cigarrillos (53% contra 36%) o de haberse emborrachado (21% contra 13%), tres veces mayor probabilidad de usar inhalantes (3% contra 1%) o crack (2% contra 0.7%), y cuatro veces mayor probabilidad de haber usado marihuana (7% contra 2%) o cocaína (4% contra 1%). Las mujeres mostraron casi el doble de probabilidad que los varones de haber usado tranquilizantes (23% contra 12%) o estimulantes (10% contra 6%).

6. Entre los jóvenes escolares guatemaltecos que indicaron haber usado drogas que producen dependencia, su primer contacto cigarrillos, alcohol e inhalantes ocurrió en promedio entre las edades de 12.5 y 13.5 años. El uso de estimulantes, tranquilizantes y crack empezó en promedio un año más después, entre los 13.5 y los 14.5 años de edad. La edad media de inicio de consumo de marihuana, la cocaína y el éxtasis fue entre los 14.5 y los 15 años.

7. Entre los estudiantes que usan sustancias,

las mujeres informaron que empezaron a usar inhalantes, crack y cocaína aproximadamente 6 a 12 meses antes que sus compañeros hombres.

Cabe mencionar que los datos que se pueden observar en esta investigación elaborada por SECCATID, la balanza está inclinada inicialmente al sexo masculino, siendo los jóvenes de género masculino, los que inician con el consumo, en primera fase, a través del consumo de alcohol y/o cigarrillos, y por contraparte el sexo femenino, comienza el consumo de sustancias adictivas, un poco tiempo más tarde, aunque el tipo de inicio en el sexo femenino suele tener una inclinación hacia, los fármacos, como tranquilizantes o estimulantes, para dar el siguiente paso al consumo de la marihuana en primer lugar, como la primera y más cercana opción para introducirse en el mundo de las adicciones.

### 3.1.3.1. Drogas Sintéticas

La aparición de nuevas drogas sintéticas se suma a la amenaza que representan otras sustancias adictivas, sobre todo en el caso de niños o jóvenes que no están plenamente informados sobre sus efectos dañinos, reportan autoridades de la Secretaría Ejecutiva de la Comisión contra las Adicciones y Tráfico Ilícito de Drogas SECCATID. Los nombres que más suenan en el medio nacional, son la marihuana, cocaína, crack y heroína, eso se debe a que el país es puente de los carteles del narcotráfico, pero en la actualidad están siendo introducidas drogas denominadas de diseño, las cuales por su composición química son altamente adictivas y con precios cada vez más bajos, se están convirtiendo en un riesgo para la población estudiantil, ya que según investigadores de la PNC estas están siendo distribuidas en discotecas, bares y sitios de distracción, e incluso en centros educativos.

### 3.1.3.2. Narcóticos de consumo preferido

La marihuana es la droga que más se consume en Guatemala, según un estudio realizado por la Secretaría Ejecutiva de la Comisión contra las Adicciones y Tráfico Ilícito de Drogas SECCATID.

### 3.1.3.3. Atención de los padres

Lucky López representante de SECCATID, subraya la importancia de vigilar constantemente a los jóvenes por parte de sus padres, ya que cuando una persona cae en las drogas la tendencia es a mentir y a cometer robos para conseguir la sustancia que lo hará sentir bien por una o dos horas, para luego volver al estado de ansiedad.

Resalta la importancia de que padres o encargados vigilen constantemente a sus hijos, que les provean de afecto e información, pero también que los observen. Cuando una persona cae en las drogas tiende a cometer actos ilícitos con el afán de conseguir la sustancia que lo hace sentir bien durante unas horas, pero luego vuelve la ansiedad y el ciclo se repite.

Se ha establecido por medio de SECCATID que la edad vulnerable para el consumo de alcohol está establecida en los 12 años y esta se convierte en la puerta de entrada al mundo de las drogas, si no se interviene a tiempo; los maestros y orientadores juegan un papel muy importante en esa etapa.

#### **3.1.4. Campañas Preventivas**

Las campañas preventivas son aquellas que se anticipan, son del tipo de mensajes que previenen al público de algo que puede suceder, con respecto al consumo de un producto o servicio, generalmente se basan en temas de alcohol, drogadicción, accidentes automovilísticos, enfermedades de transmisión sexual etc. Las imágenes que regularmente se presentan suelen mostrar la realidad con imágenes concretas, las consecuencias a futuro de determinada acción o conducta, las campañas o mensajes preventivos pueden ir dirigidos a diferentes grupos de personas, y en estos se trata de advertir lo malo y perjudicial de cierta conducta, para de alguna manera generar a tiempo conciencia en decisiones erradas.

##### **3.1.4.1 Tipos de Campaña Preventiva**

###### **3.1.4.1.1. Por intriga**

Con este tipo de campaña se busca generar un tipo de conciencia, en donde la dinámica, es dar a conocer una situación pero dejando incógnitas de que pasaría, para que la audiencia, complete el significado.

###### **3.1.4.1.2. Secuencial**

En estas campañas el mensaje va siendo develado conforme va avanzando una serie de videos, o spots en relación a periodos de tiempo.

###### **3.1.4.1.3. Advertencia**

Son aquellas en donde el mensaje se da de forma directa donde se muestra que ocurrirá si no se hacen cambios.

Es de carácter fundamental prevenir el consumo de narcóticos desde la edad temprana y cuando aún no han sido consumidas, a través de campañas de comunicación educativas, evitar que miles de jóvenes comiencen a consumir drogas, es un mejor camino que revertir el consumo de miles de adultos, las campañas deben ser dirigidas prioritariamente a los jóvenes.

#### **3.1.4.2. Campañas preventivas de comunicación visual**

Las campañas de comunicación visual para la prevención de adicciones han sido enfocadas y mayormente utilizando la figura retórica, en donde los elementos que la componen son representaciones, con connotaciones de lo que representa el consumo de drogas, de cómo se inicia, de las etapas o estados alterados de la conciencia por las que la persona adicta atraviesa, hasta terminar en un fatal desenlace si no se es tratado a tiempo, toda campaña de comunicación visual enfocada a prevención, muestra los riesgos de lo que sucedería si la consumes, lo que pasará si no puedes dejarla, evidenciando el peor de los panoramas, enfermedad, desgracia y muerte.

La efectividad de las campañas preventivas no se han podido medir, de acuerdo a la forma del abordaje de la misma, ya que hay campañas que le dan la vuelta al problema, ofreciendo al consumidor las ventajas de vivir sin el consumo de drogas, en contraparte con las campañas que muestran panoramas más negativos en las que el consumidor lejos de salir del estado en el que se encuentra, se sumerge más. (Liceus, ¿las campañas de prevención sirven?, publicite.pdf, 90).

Al enfocarse en la eficacia de las campañas antidrogas haremos referencia a los resultados de dos profesionales de la publicidad de estados unidos, Por un lado Carson B. Wagner, descubrió que a pesar de los enormes gastos en los que se incurría en la elaboración de campañas publicitarias, el riesgo de consumo de drogas por los jóvenes no mostraba decremento considerable por lo que decidió realizar su trabajo investigativo sobre este fenómeno, según sus estudios pudo constatar que los medios de comunicación podían incrementar el consumo de narcóticos mediante la difusión de películas, música, etc., luego surgió la duda de si las campañas creadas para erradicar el consumo, tendrían también un efecto negativo muy alejado de lo que se quería contrarrestar.

Para este efecto decidió elaborar su tesis doctoral en base a esta idea y llegó a una conclusión muy interesante, llegó a la conclusión de que la actitud de la juventud hacia las drogas se volvía negativa gracias a la intervención de las campañas antidrogas, pero a la vez se dio cuenta de que al enfocar su análisis sobre la teoría de la psicología la curiosidad, estos podían sentirse expuestos y de cierta forma atraídos, a experimentar con algún tipo de droga, por la simple curiosidad, es decir, que los jóvenes expuestos a las campañas antidroga de alguna forma, eran tentados al consumo más por curiosidad que por cualquier otro aspecto. De estas primeras conclusiones Wagner prosiguió con sus estudios y llegó a una nueva conclusión: las campañas antidrogas son efectivas siempre y cuando sean utilizadas formulas creativas que mantengan alegar al espectador, pero estos mensajes deben llegar de forma entendible pero de manera explícita, crear una conciencia en el espectador en donde este tenga el conocimiento sobre las causas y efectos del consumo de narcóticos, sin caer en la publicidad sensacionalista, en donde aparecen elementos grotescos, que lejos de incentivar al no consumo de las sustancias despierten en el espectador en este caso la juventud un deseo marcado de conocer estas sustancias y sentir en carne propia lo que la publicidad está mostrando.

De estas investigaciones se desprende lo siguiente:

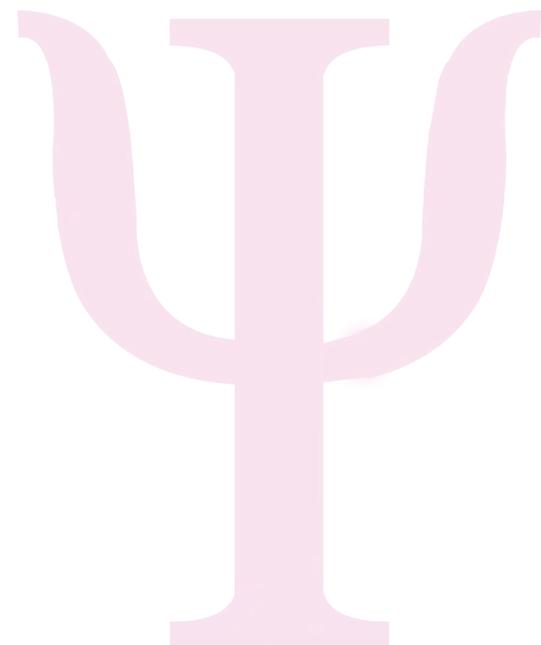
1. Las campañas antidroga son efectivas si el mensaje es enviado de forma implícita y creativa
2. Es más efectivo lanzar campañas antidroga cuando el impacto o motivación hacia el consumo en la población es bajo.

Por otra parte, Jon Morris en el 2004, realizó una investigación sobre los efectos que presentaban los diferentes tipos de estrategias en la juventud respecto a los mensajes contra el uso de drogas, además investigo la influencia que estas tenían en el entorno social de los jóvenes, sus familias, sus profesores, autoridades y amigos, según su criterio los estudios se han centrado en las respuestas cognitivas en las que se mide el recuerdo y credibilidad del mensaje, que puede ser efectivo en el conocimiento del joven con respecto a los efectos del consumo de drogas, mas no en el actuar de la juventud.

“La principal conclusión que se puede extraer de esta investigación es, que los anuncios que mostraban mensajes que se ajustaban a la búsqueda de emociones entre los adolescentes atraídos por el comportamiento competitivo y activo, se consideraron los más eficaces para cambiar los sentimientos y las intenciones de los

jóvenes en relación al consumo de drogas. Con ello se refiere a que es más eficaz una estrategia creativa, que la que transmite imágenes negativas y amenazadoras de las drogas”. (Hernández, Maite, Estudio de la eficacia de las campañas publicitaria antidroga, [www.uva.es/opencms](http://www.uva.es/opencms)).

Con estos antecedentes de campañas, podemos decir que son más efectivas aquellas campañas que involucran sentimientos y situaciones cotidianas de su entorno, no tanto campañas de choque sino que más de valoración personal, y si enmarcamos el consumo de drogas como sinónimo de destrucción y muerte una campaña pertinente, debe estar formulada por elementos que implícitamente provoquen un llamado a la conciencia y a la búsqueda de alternativas que brinden felicidad sin llegar al consumo de estas sustancias de manera sutil sin dejar de ser clara y concisa.



### 3.2 Concepto Creativo

El concepto creativo es una de las herramientas de mayor importancia dentro del desarrollo de propuestas de diseño, el concepto es subjetivo es la forma en la que se resolverá una situación según la interpretación de cada una de las variables en el tema a tratar para encontrar una solución creativa.

Para encontrar el concepto creativo en este tema en específico utilizamos la técnica del brainstorming.

#### 3.2.1 Brainstorming

Es una herramienta que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un problema determinado, es una técnica en la que de forma relajada se parte de una idea principal de la misma que se van surgiendo todas las aristas que forman parte de un todo con respecto, a una idea principal, y que pueden separarse para lograr identificar el posible nicho de acción pertinente para el problema que queremos resolver.

#### 3.2.2 Planteamiento

Idea Principal  
**Narcóticos**  
**Palabras Clave**  
*Mala actitud*  
*Mala decisión*  
*Enfermedad*  
*Soledad*  
*Tristeza*  
*Hambre*  
*Abandono*  
*Depresión*  
*Dependencia*  
*Adicción*  
*Robo*  
*Muerte*

Utilizando el método de Árbol de ideas Cambiamos los conceptos negativos, por aspectos positivos, contrarios a las palabras claves encontradas en la lluvia de ideas.

*Buena decisión*  
*Salud*  
*Amigos*  
*Alegría*  
*Acogimiento*  
*Estabilidad emocional*  
*Independencia*  
*Libertad*  
*Prosperidad*  
*Actitud*

Utilizando esta técnica podemos identificar un concepto creativo mismo que servirá como base fundamental para la elaboración del material a desarrollar.

#### 3.2.3. Propuestas de Concepto Creativo

*Tu libertad esta en decidir*  
*Decisiones de vida*  
*Es solo cuestión de actitud*  
*Una decisión cambia tu vida*

#### 3.2.4. Concepto creativo

*Una decisión cambia tu vida*

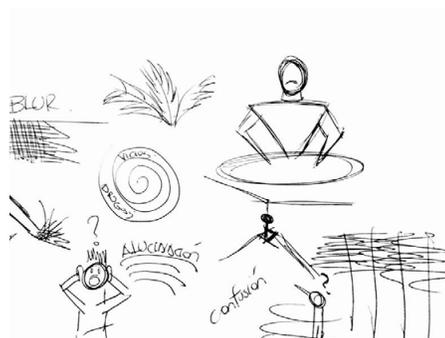
#### 3.2.5. Insight:

El joven puede y sabe que tiene la capacidad de tomar una decisión que puede cambiar radicalmente su vida para siempre.

### 3.3. Pre visualización de bocetajes

#### 3.3.1. Proceso de bocetaje

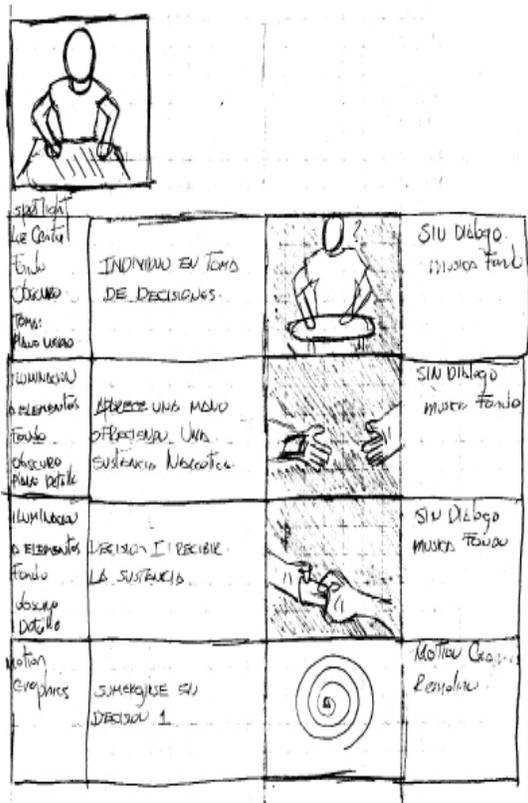
En este primer acercamiento a la idea principal se muestra en "ROOF" lo que será la producción audiovisual con encuadres, duración de escenas, sonido a utilizar y cuadros de dialogo.



#### 3.3.2. Guión Técnico

escena	secuencia	plano	audio	texto	tiempo	motion Graphics
1	aparición de logo institucional				00:00 - 00:10	movimiento logo
2	joven tomando una decisión	medio	musica fondo	una decisión	00:11 - 00:15	
3	joven drogado / euforico	medio	musica fondo	eufórico	00:16 - 00:20	
4	vista subjetiva joven	general	musica fondo	alucinación	00:21 - 00:29	saturación imagen
5	joven esperando drogas	medio	musica fondo	adicción	00:30 - 00:33	
6	joven adicto a las drogas	general/ paneo	musica fondo		00:34 - 00:43	contraste imagen
7	joven adicto a las drogas	primer plano	musica fondo	ira y descontrol	00:44 - 01:10	twirl radius
8	joven desesperado	primer plano	musica fondo	aislamiento	01:11 - 01:18	
9	joven deprimido	primerisimo primer plano	musica fondo	depreción	01:19 - 01:25	camera tracking
10	joven colapsando	primer plano	musica fondo	colapso	01:26 - 01:32	
11	reversion	todos los planos	rebobinado fondo	rebobinado	01:33 - 01:43	rebobinado video
12	joven tomando una decision	medio	musica fondo	una decisión	01:44 - 01:55	
13	aparición de logo institucional				01:55 - 02:00	movimiento logo

#### 3.3.3. Story Board





**VALIDACIÓN  
PROPUESTA FINAL  
JUSTIFICACIÓN**



**CAPs V.H.**  
*Clínica de atención Psicológica*

# Capítulo 3



## 4.1 Validación

### 4.1.1. Nivel 1 / auto evaluación

#### 4.1.1.1. Muestra

el material fue visualizado y seleccionado por el sustentante.

#### 4.1.1.2. Metodología

Se procedió a realizar la evaluación del primer nivel de bocetaje en el cual se seleccionó la secuencia pertinente para apegada al story board formulado para desarrollar una secuencia lógica que permitiera generar un flujo coherente del material a producir.

#### 4.1.1.3 Material a Validar

			
spotlight Luz Centro Fondo Oscuro Tono: Plano usado	INDIVIDUO EN TOMO DE DECISIONES.		SIN Diálogo Música Fondo
iluminación elementos Fondo oscuro plano detalle	APARECE UNA MANO OFERCIENDO UNA SUSTANCIA NEURÓICA.		SIN Diálogo Música Fondo
iluminación elementos Fondo oscuro detalle	DECISION I PERICLIT LA SUSTANCIA.		SIN Diálogo Música Fondo
Motion Graphics	EMERGIENE SU DECISION 1.		Motion Graphics Resolución

Tono: objetiva Luz: DIA EXTERIOR.	ALOCACION.		Motion Graphics. AUMENTADO MUSICA FONDO SIN Diálogo.
Tono: Zenit. Luz: DIA EXTERIOR.	SENSACION DE PLEZUR.		Motion Graphics AUMENTO ACCIONES. MUSICA FONDO SIN Diálogo.
Tono: Close up. Luz: Directa INTERIOR Fondo oscuro	BUSQUEDA DE INSTRUMENTO Dosis.		MUSICA FONDO SIN Diálogo.
Tono Plano General Luz: spotlight Fondo osc.	DEFENSA DE LA SALUD mental Distancia De la realidad. Defensa De la salud.		MUSICA FONDO SIN diálogo.
Tono Plano que Luz Natural oscuro	Símbolos Tristezas Abandono		MUSICA FONDO SIN diálogo texto: ES ESTO lo que quieres?
Motion Graphics	Retorno a la toma de Decisiones.		Motion Graphics Espiral de la vida

## 4.1.1.4 Resultado y análisis de la autoevaluación

El resultado del análisis nos permitió realizar un sinnúmero de encuadres y diferentes visualizaciones del material audiovisual, apegado a la idea fundamental para el desarrollo del material, lo que permitió, la selección de las escenas con mayor pertinencia y más alto nivel de entendimiento y abstracción para la fácil comprensión del espectador.



## 4.1.2. Nivel 2 / evaluación de docentes y profesionales del diseño

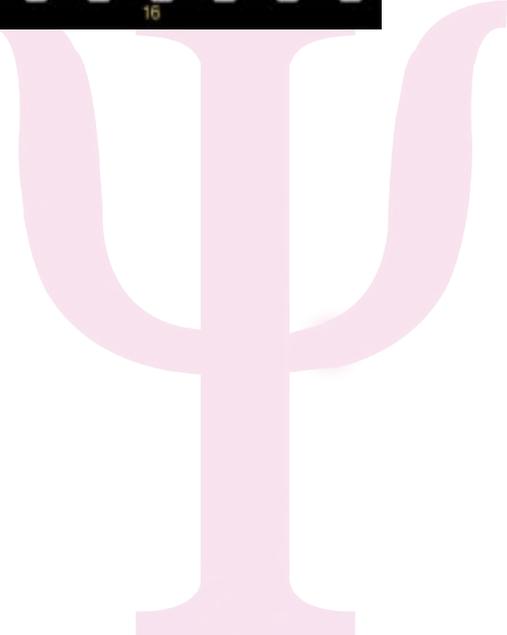
### 4.1.2.1 Muestra

Para la validación de esta parte se contó con la participación y asesoría del licenciado Fernando Fuentes y la licenciada Marysol Dávila.

### 4.1.2.2. Metodología

La validación del material fue realizada por medio de la presentación del material a ambos profesionales del diseño en el que se mostró la totalidad del material para ser validado y hacer los cambios que fuesen pertinentes a realizar.

4.1.2.3. Material a validar



#### 4.1.2.4. Resultado y análisis del nivel de visualización 2

Como resultado del nivel de visualización 2 se hicieron por parte de los asesores y profesionales del diseño las siguientes recomendaciones:

- Cambios, en el tratamiento visual de los textos*
- Cambios, en la duración del material.*
- Cambios en el uso de motion Graphics.*

#### 4.1.3. Nivel 3 / evaluación con el grupo objetivo

##### 4.1.3.1. Muestra

Estudiantes alumnos y alumnas del instituto por cooperativa Villa Hermosa, cursantes de 4to Perito Contador, 20 alumnos.

##### 4.1.3.2. Metodología

El método utilizado para la validación del material fue la proyección del material audiovisual dentro del salón de audiovisuales de la institución, como herramienta de apoyo para obtener la información acerca de la validación del material se utilizó el instrumento encuesta.

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Grafico  
EPS20015

A todos los participantes, el objeto de esta reunión es la presentación de este material audiovisual, para conocer sus puntos de vista y opiniones, los cuales son muy importantes para el éxito del lanzamiento del mismo.

1.- ¿Que nos puedes decir acerca de lo que ves, de que trata el video?

Trata de las adicciones y que una desición puede cambiar nos la vida

2.- ¿Con toda libertad, qué significado tiene para ti, que piensas?, ¿qué te provoca?

Me recuerda que las adicciones no benefician en nada mas bien destruyen

3.- ¿Existe algún elemento en el video que no esté totalmente claro o que el mismo no se relacione con el tema que estamos tratando o te recuerde otra cosa?

Todo claro

4.- si existe algún elemento que no concuerda ¿Explica, Por qué?

Todo claro

5.- ¿Cuéntame que te llamó la atención lo que viste?

que una desición es la que determina el futuro

6.- ¿Qué es lo que más te atrajo, que sentiste o te recordó algo, alguna persona o situación, te sentiste identificado con algo?

Algunas personas te ofrecen algo indebido y lo debes decir no.

7.- ¿En tu opinión, es claro el mensaje?

si muy claro

8.- ¿Es fácil de entender, y directo?

si es entendible

9.- ¿te sentiste en algún momento ofendido o acusado?

No

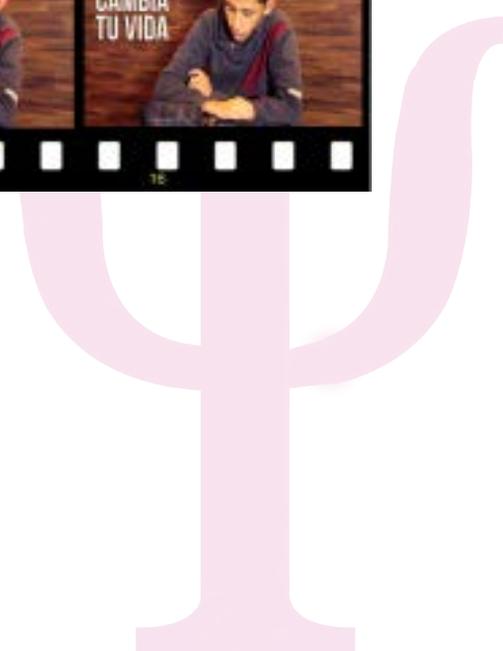
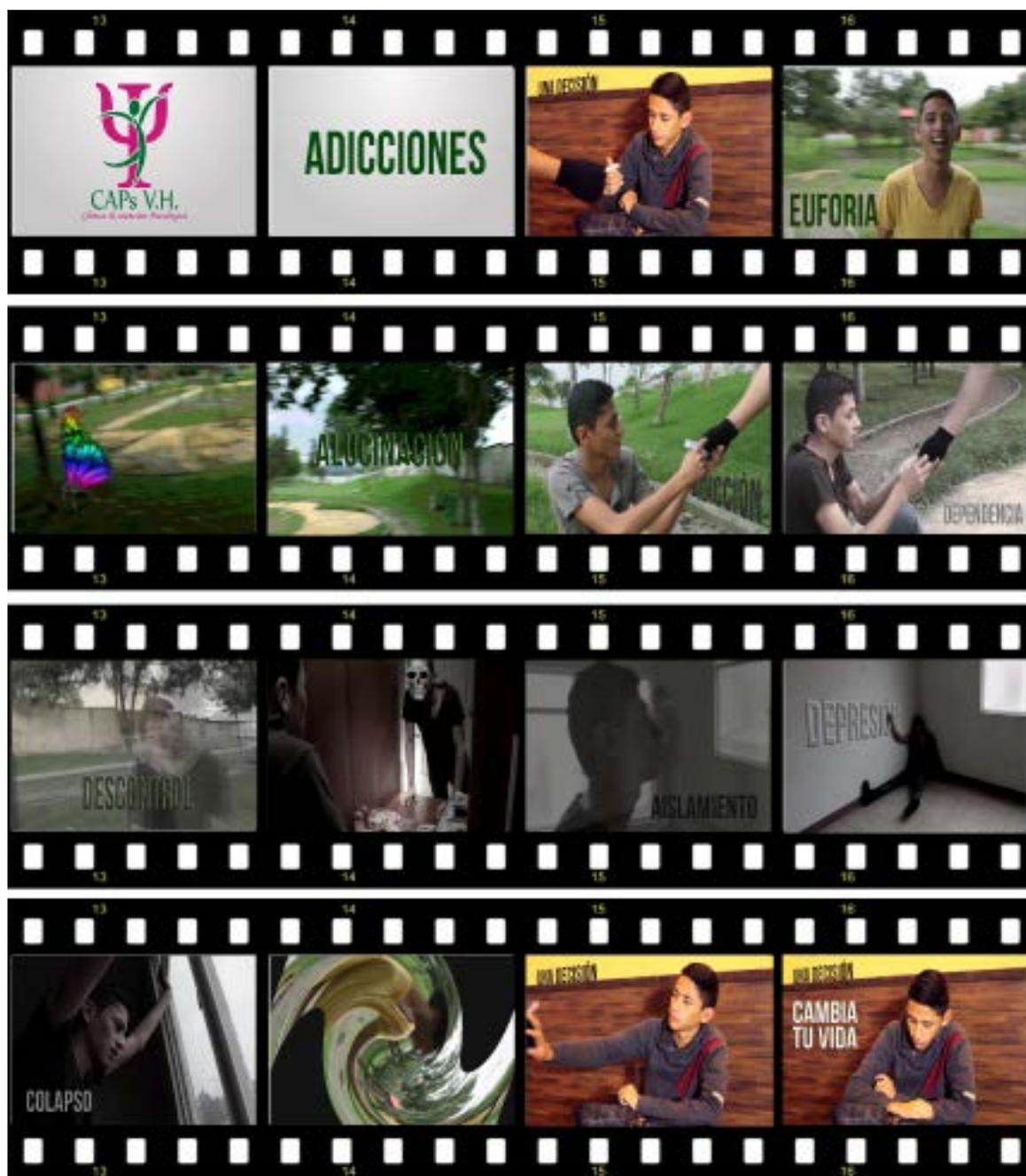
10.- ¿Tienes algo que agregar, al tema?

Que los adictos a veces Roben

11.- ¿Consideras que este material puede llegar a resolver en parte el problema?

Si

4.1.3.3. Material a validar



#### **4.1.3.4. Resultado y análisis del nivel 3 de evaluación**

Según la información recopilada en las encuestas y lo observado que se realizó dentro de las instalaciones se pudo constatar que el 95% de la población, comprendió el mensaje que se quiere dar a conocer con el material, siendo el 5% restante que corresponde a una persona, presento apatía por el material, el 100% del 95% de la población que asistió al focus group manifestó sentirse atraído por el material y algunos de ellos mostraron su preocupación ante la problemática mostrada y más de alguno expreso haber visto esta situación con algún amigo o compañero, cabe resaltar que uno de los integrantes del focus group, externó haber sentido tristeza por haber estado en una situación similar, pero que ahora se siente feliz por haber salido de ese estado.

##### **4.1.3.4.1. Conclusiones**

Por los datos anteriores mostrados la conclusión de este ejercicio indica que el material audiovisual es totalmente pertinente, y plenamente aceptado por el grupo objetivo.

## 4.2. Propuesta Final

El material audiovisual seleccionado como final, muestra a un joven que se enfrenta a la decisión entre recibir o no alguna sustancia narcótica que un individuo le ofrece, durante el desarrollo del material se puede observar las etapas por las que el joven que sufre de una adicción a narcóticos tiene que pasar, hasta llegar a un fatal desenlace.

### 4.2.1.1. Uso del material

El material audiovisual será utilizado como una herramienta que reforzara las charlas que mensualmente realiza la institución CAPS.V.H. Dentro de las instalaciones del instituto por cooperativa villa hermosa, el material será utilizado cada vez, en cada nivel a los que la institución programe para recibir las charlas de adicciones, adicionalmente el material será utilizado en para poder ser visualizado en la fanpage de la institución, donde se reforzara el tema con artículos relacionados con el tema de adicciones.

### 4.2.1. Material Audiovisual

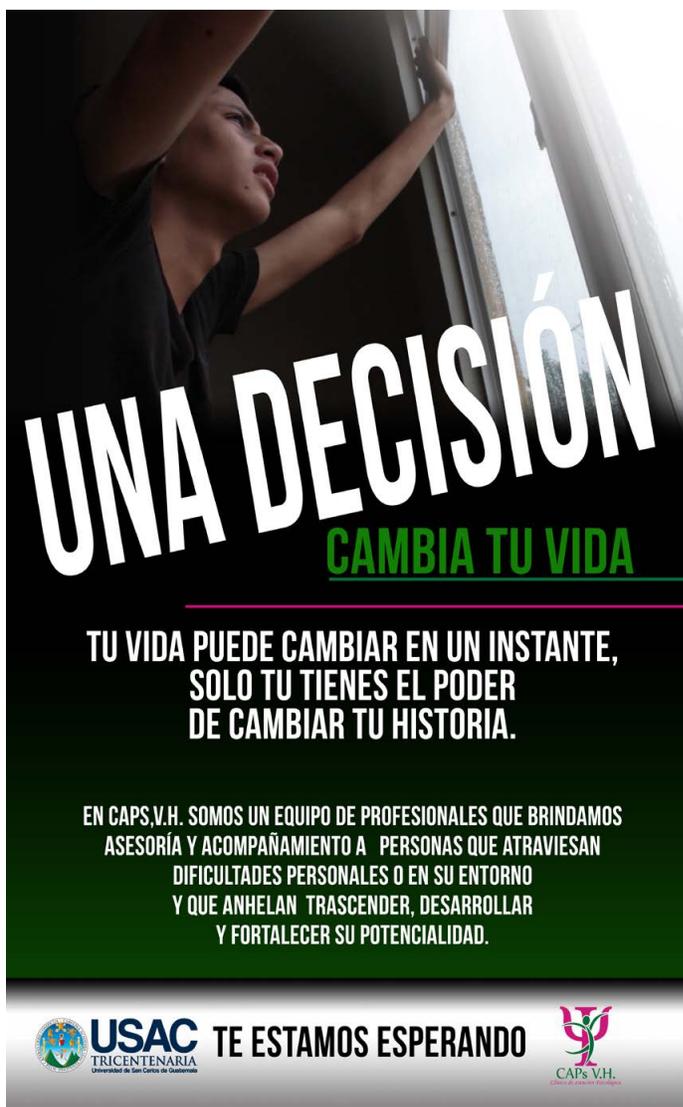


#### 4.2.1.2. Intervención en la solución

Por medio del material se pretende informar al joven sobre las causas del consumo de narcóticos, bajo la intervención de los profesionales de la institución. Y con el apoyo de material informativo impreso e interactivo a través de la fanpage creada para los mismos fines.

#### 4.2.2. Afiche informativo

##### 4.2.2.1 Uso del material



El afiche informativo, servirá como material de apoyo y será utilizado unos días antes, durante y unos días después de las charlas, para reforzar el concepto y dar a conocer la labor de CAPS.V.H. dentro del plantel educativo

#### 4.2.2.2. Intervención en la solución

Por medio del afiche informativo se pretende que el estudiante pueda tomar informarse de que la problemática puede ser resuelta con el apoyo de la clínica de atención psicológica, y que a puede acercarse físicamente y a través de medios alternativos como será la fanpage institucional.

#### 4.2.3. Bifoliar informativo

##### 4.2.3.1. Uso del material



**ADICCIÓN A LAS DROGAS  
UNA DECISIÓN  
CAMBIA TU VIDA**

El consumo de Narcóticos es uno de los principales flagelos de la juventud y a la medida que una persona que consume drogas, tarde o temprano caerá en una adicción o dependencia de ellas, marcándose claramente las siguientes etapas:

**Etapas de Iniciación**  
Se refiere al primer contacto con la droga, por cualquier causa o motivo.

**Etapas de Afirrmación**  
La persona conoce de los efectos que la droga produce, pudiendo decidir desde ese momento si continúa con el uso de esta o no, o por el contrario incrementar la dosis, se

caracteriza por un consumo dirigido a sentir los efectos placenteros de la droga

**Etapas de dependencia**  
La persona presenta dependencia psicológica y/o física, esta etapa se caracteriza por la obsesión y compulsión de administrarse la droga. La persona comienza a destinar recursos para obtener la droga, incluso puede llegar al robo para obtenerla.

serios daños al organismo, y en el peor de los casos incluso la muerte.

**Etapas de evidencia o tolerancia**  
Se manifiestan alteraciones biológicas a nivel químico cerebral, la tolerancia aumenta por lo que la dependencia a las sustancias es mayor, se agudiza el estado anímico, se ingresa en un estado de apatía, depresión y soledad.

**Etapas de deterioro o colapso**  
En esta etapa el deterioro es más severo el sujeto ha perdido todo, autoestima, amigos familiares y valores, la droga ya no cumple su función, en este punto el individuo puede abusar de la droga, con una sobredosis, provocando

**En la Clínica de atención psicológica Villa Hermosa. -CAPS. V.H.- contamos con psicólogos profesionales, dispuestos a ayudarte, en esta problemática o en cualquier otra por la que puedas estar pasando, no dudes en acercarte a nosotros, seguro encontraremos juntos una solución.**

**ISAC**

**CAPS V.H.**  
Clínica de atención psicológica

el bifoliar informativo servirá, como material de apoyo mismo que será utilizado para reforzar el concepto y dar a conocer la problemática de las adicciones a narcóticos, con las facetas que esta conlleva, y dar a conocer la labor que la institución ejerce dentro del plantel educativo.

#### 4.2.3.2. Intervención en la solución

El material informativo no solo servirá para ser entregado durante las charlas, sino que será un material de escritorio, mismo que puede ser entregado a los estudiantes que acudan a la clínica buscando apoyo en esta u otra problemática, donde no solo obtendrán valiosa información acerca del tema de las adicciones sino que adicional a esto podrán enterarse de los medios alternativos con los que cuenta la institución y que pueden servirles en la búsqueda de información relevante con respecto a éste y otros temas de carácter psicológico.

### 4.3. Justificación

#### 4.3.1 Color

Para la composición de la piezas graficas se utilizaron los colores institucionales que actualmente utiliza la institución, que aparte de ser colores complementarios dentro del círculo cromático tienen una significancia muy importante para la institución, y que también es pertinente al Diseño.

##### 4.3.1.1. Color fucsia

###### 4.3.1.1.1. Atributos psicológicos

Fusión, identificación.  
 Liberación, enfoque espiritual, de ayuda a los demás.  
 Amabilidad, madurez, colaborador, comprensión profunda de la vida.  
 Inquietud, entusiasmo.  
 Excesiva auto-valoración, jactancia, enorgullecimiento.  
 Desprendimiento, desapego.  
 Interés curioso y fascinación.

###### 4.3.1.1.2. Atributos estéticos

El efecto de este color es tan único como su naturaleza (mezcla de luz roja y azul a partes iguales).  
 Da una impresión tanto de seriedad y dignidad (cuando se acerca el azul).  
 Benevolencia y gallardía (cuando se acerca al rojo).

Para efectos de la institución el color fucsia es utilizado, por el sentido de pertenencia que se tiene como el color que identifica, a la escuela de ciencias psicológicas de la USAC.

###### porcentajes utilizados:

C:	30	R:	15
M:	100	G:	60
Y:	40	B:	25
K:	5		

muestra:



##### 4.3.1.2. Color verde

Este color resulta de la mezcla del azul con el amarillo. Al igual que este último, es muy variable; ya que una pizca de otro color puede transformarlo completamente, asimismo, cambia con facilidad cuando está bajo luz artificial.

El verde no tiene connotaciones negativas, ni positivas por sí mismo; por esta razón, se dice que es intermedio. También se le asocia con la tranquilidad, la armonía y con lo agradable.

###### 4.3.1.2.1. Aspectos positivos asociados al verde

- Salud
- Naturaleza
- Burguesía/dinero
- Frescura
- Juventud
- Tranquilidad
- Esperanza

Para los efectos de la institución el significado del color verde esta asociado a la salud, la tranquilidad y la esperanza.

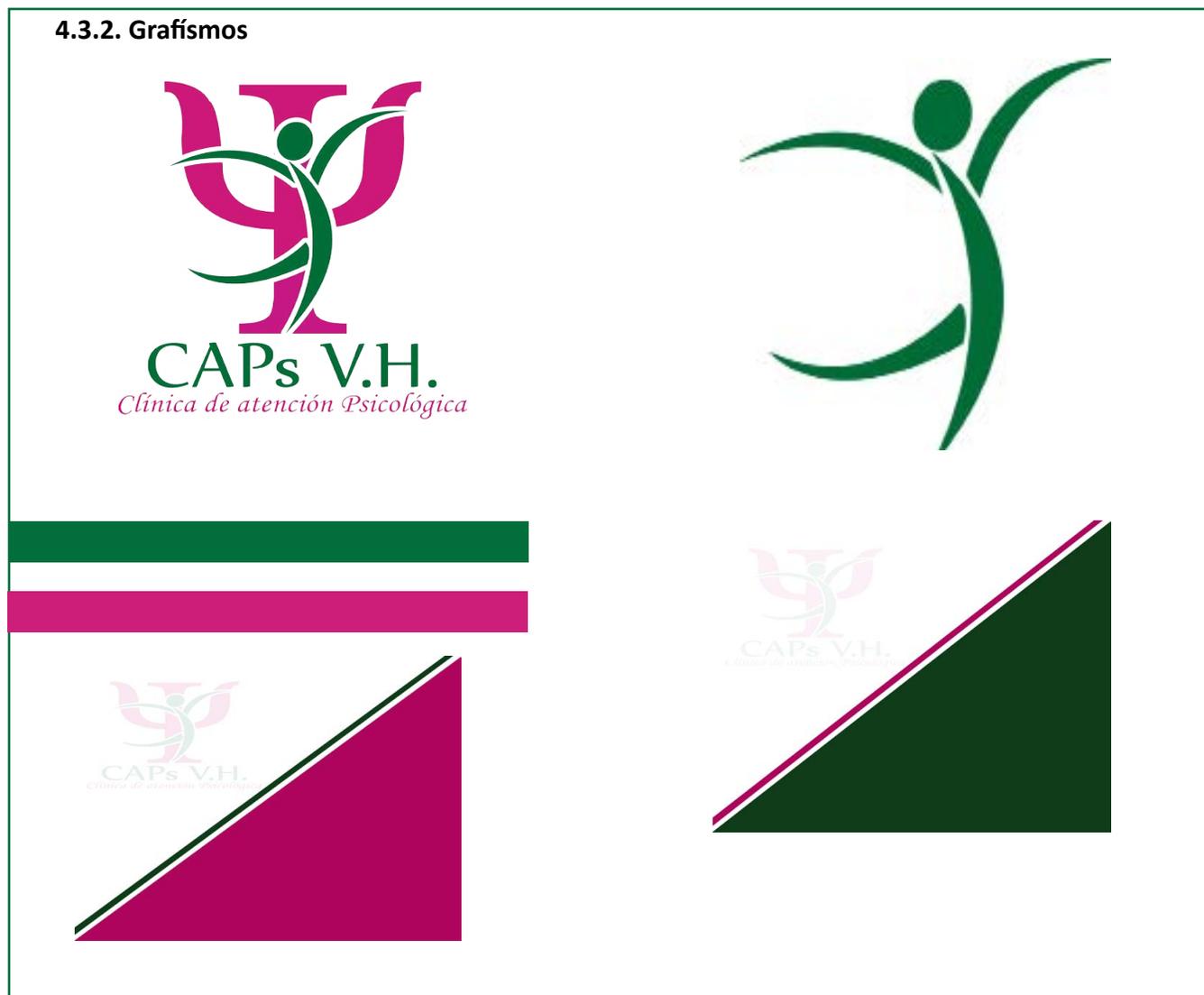
###### porcentajes utilizados:

C:	85	R:	0
M:	45	G:	110
Y:	100	B:	60
K:	60		

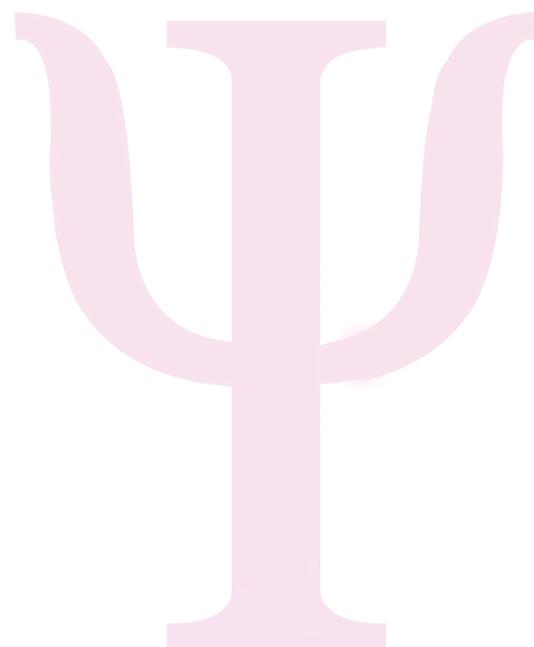
muestra:



## 4.3.2. Graffismos



Los grafismos utilizados en las composiciones están apegados a la línea gráfica, institucional conformado por elementos sobrios, sutiles pinceladas de color, y elementos que denoten libertad y poco detalle.



### 4.3.3. Tipografías

Las tipografías utilizadas en los materiales son las siguientes

**Bebas Neue**  
**Kyla**  
**Monotype Cursiva**

#### 4.3.3.1. Bebas Neue

ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN

Por su fácil legibilidad es la tipología que se utilizó en la elaboración del material audiovisual, afiche y material impreso.

#### 4.3.3.2. Monotype Cursiva y Nyala

**Monotype Cursiva**

*ABCDEFGHIJKLMN*  
*ABCDEFGHIJKLMN*  
*ABCDEFGHIJKLMN*  
*ABCDEFGHIJKLMN*

Se utilizó para la tipografía del logotipo la cual ya identificaba el nombre del mismo, y como el tratamiento visual se enfocó en la parte gráfica se optó por continuar con la misma tipografía.

#### Nyala

BCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN  
ABCDEFGHIJKLMN

Es el tipo de letra que la institución tenía nativa en su logotipo, por lo que se procedió a identificarla, darle un mejor tratamiento visual al logotipo y continuar utilizando la misma tipografía ya que se considero pertinente, ya que cumple con los terminos de legibilidad permisibles.



#### 4.3.4. Encuadres

El material audiovisual, está conformado por diferentes tipos de encuadres, predominando el encuadre de plano general y el encuadre de plano detalle, por el carácter del material, es necesario utilizar encuadres abiertos para denotar el entorno en el que el individuo interactúa según la etapa adictiva en la que se encuentre, los planos de detalle, fueron utilizados para denotar, las consecuencias físicas que el consumo de estas sustancias conlleva.

Plano General



Plano medio



## 4.3.5. Formatos

### 4.3.5.1. Material Audiovisual

Duración: 2 min formato mp4 compatible con todos los reproductores y Dispositivos.  
formato de video: 1280 \* 720 HD  
soundtrack: electronic NSC (no copyright sounds)

### 4.3.5.2. Afiche

Tamaño: Tabloide 11 \* 17 pulgadas

### 4.3.5.3. Bifoliar

Tamaño: Carta 8.5 \* 11 pulgadas  
Impresión a tiro y retiro.

## 4.3.5.4. justificación del material

### 4.3.5.4.1. Material Audiovisual

Se realizó el material con una duración de dos minutos exactos para lograr que el espectador, capte el mensaje de forma precisa en el menor lapso de tiempo posible, debido a que un material de mayor duración tiende a desviar la atención del espectador.

**Casting:** Se buscó a un joven de complexión delgada para que fuese más fácil, la representación de una persona adicta, que generalmente, puede terminar con trastornos alimenticios, que lo pueden llevar a la muerte.

**Actor Principal:** Alan Estrada

**Actor Secundario:** Joan Estrada

**Locación:** el material fue desarrollado en las siguientes locaciones:

Parque del residencial cañadas del Rio, localizado en la zona 13 de San Miguel Petapa.

Vivienda deshabitada, situada en el condominio Cañadas del río Colonial, zona 0 de Villa Canales.

Restaurante Kailua, av petapay 45 calle, zona 12.

Para dar sensación de que se trata de algo que regularmente se hace a escondidas se realizó la filmación dentro del parque a una hora en la que estuviese totalmente vacío, para después pasar a una casa abandonada para dar la connotación de soledad abandono y tristeza.

**Manejo de color en el material:** En el inicio del material la narrativa del color se realizó con tonos cálidos para connotar la sensación de felicidad y euforia que estos jóvenes pueden llegar a sentir, a medida que el material se va desarrollando los tonos utilizados se vuelven tonos grisáceos y oscuros para connotar que la vida del ser humano está perdiendo su sentido de alegría.

Se utilizó como recurso de motion graphics, paneos bruscos, travelings, desenfoques gaussianos, rotaciones en 360 grados para connotar la confusión que puede sentir un joven bajo los efectos de cualquier tipo de narcóticos, el audio utilizado es una pista electrónica, la cual va disminuyendo de velocidad conforme se va desarrollando el material audiovisual en los instantes en los que se va introduciendo el personaje en el mundo de las drogas, para llegar a un rebobinado que lo regresa al punto inicial, donde es posible tomar conciencia de todo el daño que las drogas provocan en el ser humano y tomar la decisión acertada.

### 4.3.5.4.2. Afiche

Se utilizó un lienzo utilizando el color negro como una connotación de una mala decisión, en degradado con un color verde, que en este caso connota la esperanza, reforzado con información relevante de la institución y los logos de la universidad de san Carlos y logos institucionales.

### 4.3.4.4.3. Bifoliar

Para el bifoliar informativo se utilizaron similares características a las del afiche, para mantener una unidad visual, debido al costo que implica para la institución la reproducción del material este cuenta con toda la información relevante con respecto al tema de las adicciones así como las imágenes relevantes del material audiovisual para reforzar la idea, para ser impreso en formato tamaño carta, el cual puede ser impreso, copiado o reproducido en cualquier imprenta pequeña o con cualquier equipo de oficina.

LINEAMIENTOS  
CRONOGRAMA  
PRESUPUESTO



CAPs V.H.  
*Clínica de atención Psicológica*

# Capítulo 5



## 5.1. Lineamientos para la puesta en práctica

### 5.1.1. Campaña

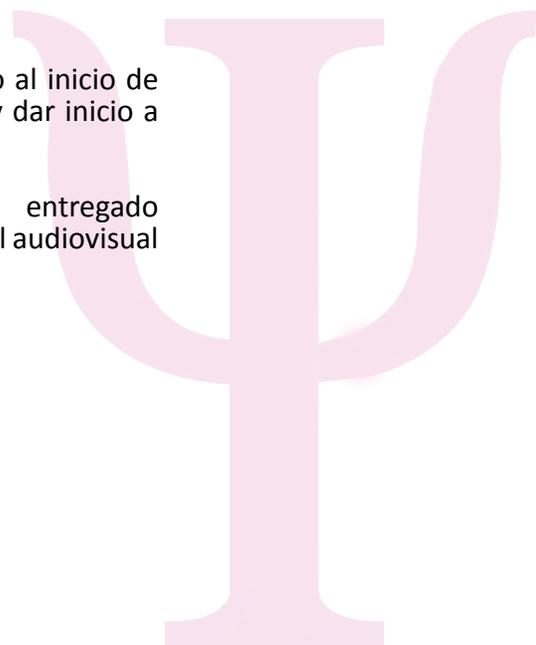
Los tres materiales deberán ser utilizados simultáneamente ya que uno refuerza al otro.

El material audiovisual deberá ser presentado durante las charlas que la institución imparte mensualmente dentro del plantel educativo, al mismo tiempo se hará entrega de material impreso que dé a conocer la labor de CAPS.V.H. dentro del plantel y que invite al estudiante a acercarse a la institución, y el material afiche deberá ser colocado en las inmediaciones del salón de usos múltiples y/o audiovisuales para que cualquier duda que pueda surgir acerca de los servicios o medios de comunicación con la institución puedan ser, tomados de los mismos afiches.

## 5.2. Cronograma de la implementación

El material audiovisual no tiene un cronograma de tiempo o fechas a utilizarse en específico, más bien si tiene que ser utilizado en el orden lógico dentro de los parámetros a continuación establecidos, para las presentaciones en las campañas preventivas programadas.

- 1) El material audiovisual deberá ser presentado al inicio de los talleres de capacitación para romper el hielo y dar inicio a las charlas.
- 2) El material impreso bifoliar deberá ser entregado inmediatamente después de presentado el material audiovisual para reforzar la parte presentada.



5.3. presupuesto

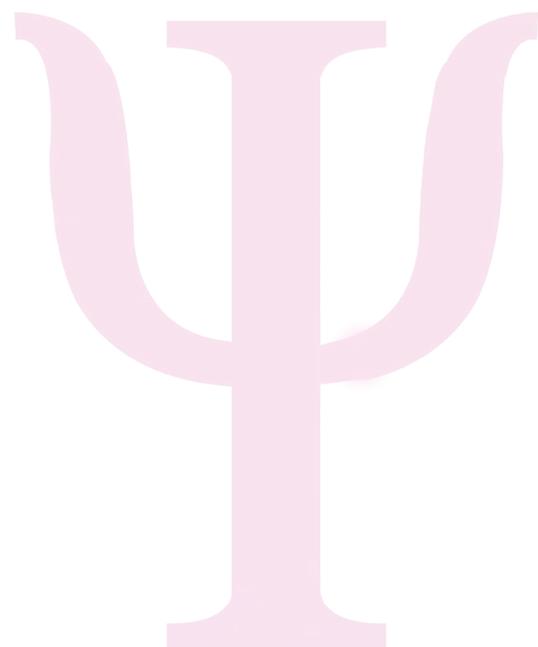
PRESUPUESTO DEL COSTO DE PRODUCCIÓN DE MATERIAL			
INSTITUCION "CLÍNICA DE ATENCIÓN PSICOLÓGICA.-CAPS.V.H.-"			
<b>Consultoria y conceptualización</b>	<b>costo diario</b>	<b>dias requerido</b>	<b>total</b>
Diseñador Gráfico Multimedia	500.00	5	Q2,500.00
conceptualización	500.00	5	Q2,500.00
investigacion	500.00	5	Q2,500.00
<b>costos de equipo y props</b>	<b>costo diario</b>	<b>dias requerido</b>	<b>total</b>
camara Digital Reflex canon t3 re	Q300.00	2	Q600.00
alquiler de locación	Q100.00	2	Q200.00
alquiler set de luces halogenas	Q200.00	2	Q400.00
transporte	Q100.00	2	Q200.00
vestuario y accesorios	Q200.00	1	Q200.00
<b>costos de producción</b>	<b>costo diario</b>	<b>dias requerido</b>	<b>total</b>
director	Q500.00	2	Q1,000.00
actor	Q150.00	2	Q300.00
equipo de computo	Q200.00	2	Q400.00
<b>costos de post-produccion</b>	<b>costo diario</b>	<b>dias requerido</b>	<b>total</b>
diseñador grafico edicion	500.00	15	Q7,500.00
diseñador grafico motion graphic	500.00	5	Q2,500.00
audios	150.00	1	Q150.00
<b>costos materiales impresos</b>	<b>tiraje</b>	<b>costo</b>	<b>totales</b>
afiches informativos	100 unidade	Q10.00	Q1,000.00
bifoliales informativos	500 unidade	Q2.00	Q1,000.00
<b>fanpage de facebook</b>	<b>costo diario</b>	<b>dias requerido</b>	<b>totales</b>
Creacion y diseño	Q500.00	5	Q2,500.00
elaboración de plantilas	Q500.00	2	Q1,000.00
<b>COSTO TOTAL DE LA CAMPAÑA</b>		Quetzales	<b>Q26,450.00</b>

## Conclusiones

La campaña de prevención al consumo de narcóticos por medio del material audiovisual, se convierte en una campaña de gran aporte a la juventud del instituto por cooperativa villa hermosa, ya que al mismo tiempo que les informa sobre la prevención en el consumo de narcóticos, sirve de génesis para el abordaje de esta y otras problemáticas en las que la institución se especializa y que acechan a la juventud.

El material audiovisual muestra de una forma clara y sutil las consecuencias del consumo de narcóticos, y como la toma una sola decisión influye en el cambio dramático de una vida.

Así como el brindar a los jóvenes información acerca de los canales de difusión a los cuales tendrán acceso a partir de la elaboración de la primera campaña como una alternativa acorde a las necesidades y características propias que el grupo objetivo a quien se dirige esta campaña de comunicación visual.





## Lecciones Aprendidas

Durante la investigación realizada para la realización de este material, aprendimos que, son muchos los problemas sociales que aquejan a la sociedad Guatemalteca y que todos y cada uno de nosotros como profesionales estamos en la obligación de aportar con nuestros conocimientos y posibilidades a construir un mejor lugar para vivir.

Los factores de pobreza e ignorancia en los que actualmente estamos sumergidos, llevan cada día a más y más jóvenes a inmiscuirse en actividades delictivas que lamentablemente van de la mano con el consumo de sustancias prohibidas, actos vandálicos y otros problemas sociales, pero no todo está perdido; cada uno dentro de sus propios hogares y por los medios que sean posibles estamos llamados a dar más de nosotros para que nuestro país sea cada día mejor, como cita el material principal de este documento, una decisión cambia tu vida, es así de sencillo la vida está llena de decisiones que pueden llevarnos por diferentes caminos, una decisión en verdad cambia vidas.

## Bibliografía

Asturias, Alfredo. Elaboración del autor en base a datos de la Cuarta Encuesta Nacional a Estudiantes de Enseñanza Media de Argentina 2009 y Octavo Estudio Nacional de Drogas en Población Escolar Chile 2009.

Director

Becoña Elisardo, Cortés Maite, Manual de adicciones para psicólogos especialistas en psicología clínica en formación primera edición, Martin impresores, S.L. pintor jover, 1.46013 Valencia España, 2010, Páginas 15-30.

Campañas para prevenir las adicciones

disponible en:

[https://www.unodc.org/mexicoandcentralamerica/es/webstories/2013/campanas\\_prevenir\\_adicciones.html](https://www.unodc.org/mexicoandcentralamerica/es/webstories/2013/campanas_prevenir_adicciones.html)

concepto creativo

disponible en:

<http://elprofegusda.blogspot.com/2011/01/que-es-el-concepto-creativo.html>

definición de drogas

disponible en:

[www.uva.es/opencms/.../1310984155572\\_trabajo\\_drogas\\_maite.doc](http://www.uva.es/opencms/.../1310984155572_trabajo_drogas_maite.doc)

el significado de los colores

disponible en:

<http://significadodeloscolores.info/significado-del-color-verde/>

Estrategias de desmarketing

disponible en:

<http://mercadotecniaymarketing.blogspot.com/2011/05/estrategias-de-desmarketing.html>

Gallo, Paola Juventud, historia y sociedades / Unicen

Instituto de Estudios-Sociales (IEHS), Facultad de Ciencias Humanas

<http://www.unicen.edu.ar/content/juventud-historia-y-sociedad>

Kustrín, Sandra JUVENTUD, TEORÍA E HISTORIA: LA FORMACIÓN DE UN SUJETO SOCIAL Y DE UN OBJETO DE ANÁLISIS

Instituto de Historia del CSIC, Spain.

disponible en:

<http://www.historia-actual.org/Publicaciones/index.php/haol/article/viewFile/208/196>

Lemus, Lesli Columna de Opinión investigadora del Área de Estudios Socio urbanos de AVANCOSO. Fue el Editorial del Noticiero Maya K'at de la Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica FGER el 18 de febrero del 2014.

Patzán, Manuel, Proyecto Ariadna SECCATID . Guatemala. 2014

publicidad preventiva

disponible en:

[www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu.Publicite.pdf](http://www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu.Publicite.pdf)

disponible en:

<http://publicidadpreventiva.blogspot.com/2012/11/0-0-1-272-1496-upv-12-3-1765-14.html>



Anexos  
Material institucional



# ATENCIÓN

TEXTO CON FINES ILUSTRATIVOS EL CUAL PUEDE SER REMOVIDO EN CUALQUIER MOMENTO, GRACIAS POR SU ATENCIÓN.



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Departamento de práctica  
Clínica de Atención Psicológica  
Villa Hermosa



- Terapia Individual
- Terapia grupal
- Talleres para padres
- Talleres para alumnos
- Capacitaciones a docentes
- Asesoría Psicopedagógica



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Departamento de práctica  
Clínica de Atención Psicológica  
Villa Hermosa



25 avenida 25-97 zona 7, Villa Hermosa 2, San Miguel Petapa, Guatemala.  
correo electrónico: capsvh@gmail.com www.facebook.com/capsvh

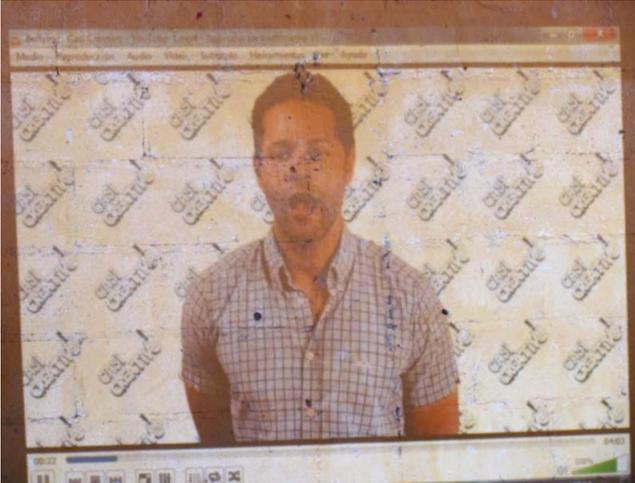
### Anexos Focus Group



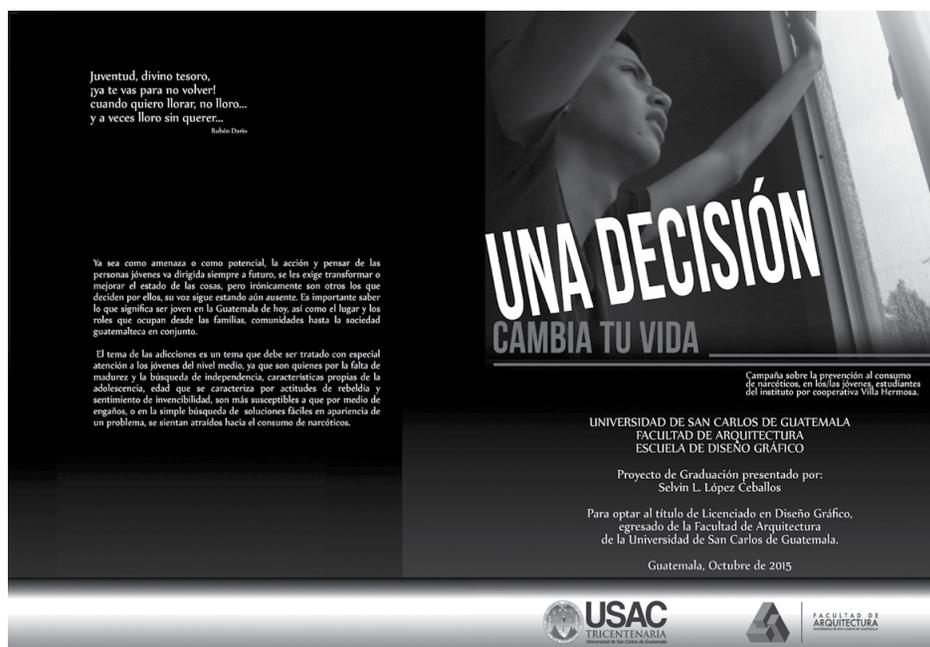
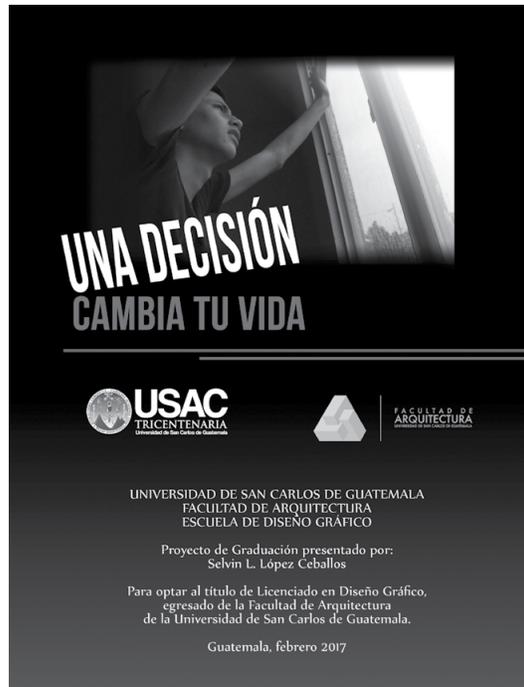
<p style="text-align: center;"><small>Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Psicología Escuela de Ciencias Psicológicas</small></p> <p>A todos los participantes, el objeto de esta reunión es la presentación de este material audiovisual, para conocer sus puntos de vista y opiniones, los cuales son muy importantes para el éxito del lanzamiento del mismo.</p> <p>1.- ¿Que nos puedes decir acerca de lo que ves, de que trata el video?</p> <p>2.- ¿Con total libertad, qué significado tiene para ti, que piensas, ¿qué te provoca?</p> <p>3.- ¿Existe algún elemento en el video que no esté totalmente claro o que el mismo no se relacione con el tema que estamos tratando o te recuerde otra cosa?</p> <p>4.- si existe algún elemento que no concuerda ¿Explica, Por qué?</p> <p>5.- ¿Cuántame que te llamó la atención lo que viste?</p>	<p>6.- ¿Qué es lo que más te atrajo, que sentiste o te recordó algo, alguna persona o situación, te sentiste identificado con algo?</p> <p>7.- ¿En tu opinión, es claro el mensaje?</p> <p>8.- ¿Es fácil de entender, y directo?</p> <p>9.- ¿te sentiste en algún momento ofendido o acusado?</p> <p>10.- ¿Tienes algo que agregar, al tema?</p> <p>11.- ¿Consideras que este material puede llegar a resolver en parte el problema?</p>
--	--



Anexos de la institución



PORTADA Y  
CONTRAPORTADA  
INFORME





**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MSc. Arquitecto  
Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación "**MATERIAL AUDIOVISUAL "CAMPAÑA SOBRE LA PREVENCIÓN AL CONSUMO DE NARCÓTICOS, EN LOS/LAS JÓVENES, ESTUDIANTES DEL INSTITUTO POR COOPERATIVA VILLA HERMOSA."**", del estudiante **SELVIN LEONARDO LÓPEZ CEBALLOS** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **200517004**, al conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el Grado académico de Licenciado, Énfasis Multimedia.

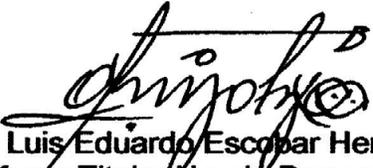
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los dos días de noviembre de dos mil dieciséis.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

*Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández*  
COL. No. 4509  
COLEGIO DE HUMANIDADES

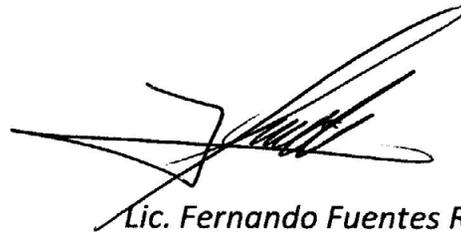
  
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández  
Profesor Titular No. de Personal 16861  
Colegiado Activo 4,509



**Material Audiovisual**  
**“Campaña sobre la prevención al consumo de narcóticos**  
**En los/las jóvenes estudiantes del instituto por cooperativa Villa Hermosa”**  
Proyecto de Graduación desarrollado por:

  
Selvin Leonardo López Ceballos

Asesorado por:

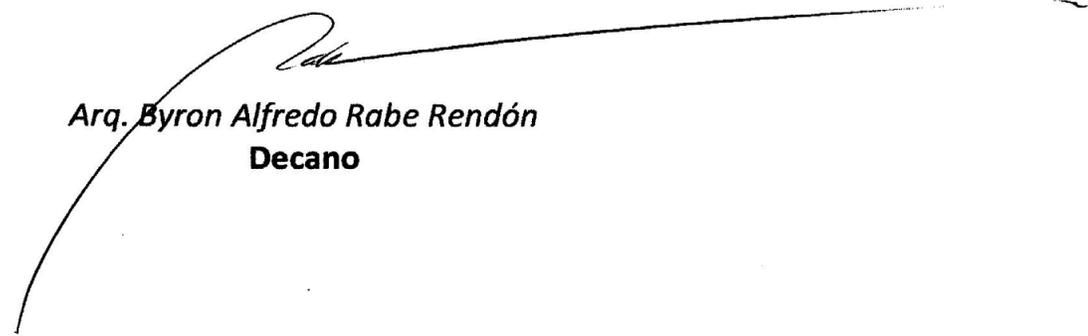
  
Lic. Fernando Fuentes Ríos

  
Lic. Marysol Dávila Illescas

  
Lic. Daniel Josué López Hernández

Imprimase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

  
Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano

Juventud, divino tesoro,  
¡ya te vas para no volver!  
cuando quiero llorar, no lloro...  
y a veces lloro sin querer...

Rubén Darío

Ya sea como amenaza o como potencial, la acción y pensar de las personas jóvenes va dirigida siempre a futuro, se les exige transformar o mejorar el estado de las cosas, pero irónicamente son otros los que deciden por ellos, su voz sigue estando aún ausente. Es importante saber lo que significa ser joven en la Guatemala de hoy, así como el lugar y los roles que ocupan desde las familias, comunidades hasta la sociedad guatemalteca en conjunto.

El tema de las adicciones es un tema que debe ser tratado con especial atención a los jóvenes del nivel medio, ya que son quienes por la falta de madurez y la búsqueda de independencia, características propias de la adolescencia, edad que se caracteriza por actitudes de rebeldía y sentimiento de invencibilidad, son más susceptibles a que por medio de engaños, o en la simple búsqueda de soluciones fáciles en apariencia de un problema, se sientan atraídos hacia el consumo de narcóticos.