



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario

**“La comunicación visual y su influencia en la prevención del consumo  
de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato”.**

**Autor:** Reyes Córdova, Carlos Fabián

**Tutor:** Ing. Mg. Cabrera Yaguana, Diego René

**Ambato - Ecuador**

**Octubre, 2018**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

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

**“La comunicación visual y su influencia en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato”** del alumno Carlos Fabián Reyes Córdova, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato octubre del 2018

EL TUTOR



Diego René Cabrera Yaguana

C.C.: 171278602-7

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **“La comunicación visual y su influencia en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato octubre del 2018

EL AUTOR



.....  
Carlos Fabián Reyes Córdova

C.C.: 160064461-9

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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

Ambato octubre, 2018

EL AUTOR



.....  
Carlos Fabián Reyes Córdova

C.C.: 160064461-9

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“La comunicación visual y su influencia en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato”** de (Carlos Fabián Reyes Córdova), estudiante de la carrera de ...Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, octubre del 2018

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

## ÍNDICE DE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	i
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	ii
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO</b> .....	iii
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	iv
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	v
<b>ÍNDICE DE GENERAL</b> .....	vi
<b>TABLA DE CONTENIDOS</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xii
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES</b> .....	xiii
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	xv
<b>ABSTRACT</b> .....	xvi
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xvii

## CAPÍTULO I

<b>1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>- 1 -</b>
1.1. Tema .....	- 1 -
1.2. Planteamiento del problema.....	- 1 -
1.3. Contextualización (Macro, Meso, Micro).....	- 2 -
1.3.1. Árbol de problemas.....	- 5 -
1.3.2. Análisis crítico .....	- 6 -
1.3.3. Prognosis.....	- 6 -
1.4. Delimitación del objeto de estudio .....	- 7 -
1.5. Justificación .....	- 7 -
1.4. Objetivos .....	- 8 -
1.4.1. Objetivo general.....	- 8 -
1.4.2. Objetivos específicos .....	- 8 -

## CAPÍTULO II

<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>- 9 -</b>
2.2. Fundamentación (Legal, Axiológica, Ontológica) .....	- 10 -
2.3. Categorías fundamentales .....	- 12 -
2.3.1. Redes conceptuales .....	- 12 -
2.3.2. Constelación de ideas.....	- 13 -
2.3. Formulación de hipótesis .....	- 14 -
2.4. Bases Teóricas .....	- 15 -
2.4.1. Conceptualización variable dependiente: comunicación visual.....	- 15 -
2.4.1.1. Comunicación visual .....	- 15 -
2.4.1.1.1. Mensaje visual .....	- 17 -
2.4.1.2. Sistemas comunicacionales .....	- 18 -
2.4.1.2.1. Soportes comunicacionales.....	- 19 -
2.4.1.2.1. Elementos de comunicación .....	- 21 -
2.4.1.2.5. Canal.....	- 24 -
2.4.1.2.6. Canales de la comunicación .....	- 25 -
2.4.1.2.7. Canales Formales.....	- 25 -
2.4.1.2.8. Canales Informales .....	- 26 -
2.4.1.3. Comunicación.....	- 27 -

2.4.1.3.2. Tipos de comunicación.....	- 28 -
2.4.1.3.3. Directa e indirecta.....	- 29 -
2.4.1.3.4. Recíproca y unilateral.....	- 29 -
2.4.1.3.5. Privada y pública .....	- 29 -
2.4.1.3.6. Persuasión de la comunicación.....	- 30 -
2.4.1.3.7. Estrategias de persuasión.....	- 30 -
2.4.1.3.7.1. Miedo .....	- 31 -
2.4.1.3.7.2. Intimidación .....	- 31 -
2.4.1.3.7.3. Culpa.....	- 32 -
2.4.1.3.7.4. Deuda .....	- 32 -
2.4.1.3.7.5. Sinceridad .....	- 32 -
2.4.1.3.7.6. Disonancia .....	- 32 -
2.4.1.3.7.7. Ir contra uno mismo .....	- 32 -
2.4.2. Conceptualización variable dependiente: consumo de drogas en estudiantes... -	33 -
2.4.2.1. Consumo de drogas en estudiantes.....	- 33 -
2.4.2.1.1. Drogadicción .....	- 35 -
2.5.2.1. Tipo de drogas .....	- 36 -
2.5.2.1.1. Drogas Legales .....	- 37 -
2.5.2.1.1.1. Tabaquismo.....	- 37 -
2.5.2.1.1.2. Alcoholismo.....	- 38 -
2.5.2.1.2. Drogas Ilegales .....	- 39 -
2.5.2.1.2.1. Marihuana .....	- 39 -
2.5.2.1.2.2. Cocaína .....	- 39 -
2.5.2.1.2.3. MDMA (Extasis) .....	- 40 -
2.5.2.1.2.4. Heroína.....	- 40 -
2.5.2.2. Sustancias Psicotrópicas.....	- 40 -
2.5.2.3. Efectos sobre la salud .....	- 41 -
2.5.2.3.1. Otros efectos negativos sobre la salud.....	- 43 -

### CAPÍTULO III

<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>- 44 -</b>
3.1. Enfoque de la investigación.....	- 44 -
3.1.1. Enfoque cuantitativo.....	- 44 -



3.1.2. Enfoque Cualitativo .....	- 44 -
3.2. Modalidad de la Investigación .....	- 44 -
3.2.1. Investigación de campo .....	- 44 -
3.2.2. Investigación documental-bibliográfica.....	- 45 -
3.3. Nivel de Investigación .....	- 45 -
3.3.1. Metodología Descriptiva.....	- 45 -
3.4. Población y muestra.....	- 45 -
3.5. Operacionalización de variables .....	- 48 -

## CAPÍTULO VI

<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>- 51 -</b>
4.1. Análisis de los resultados.....	- 51 -
4.1.1. Encuestas .....	- 51 -
4.1.2. Entrevistas .....	- 59 -
4.1.2.1. Entrevistas de docentes.....	- 59 -
4.1.2.1.1. Primera entrevista .....	- 59 -
4.1.2.1.2. Segunda Entrevista .....	- 62 -
4.1.2.1.3. Análisis de la segunda entrevista.....	- 64 -
4.1.2.1.4. Tercera Entrevista.....	- 65 -
4.1.2.1.5. Análisis de la tercera entrevista.....	- 66 -
4.1.2.2. Entrevistas Psicólogos .....	- 67 -
4.1.2.2.1. Entrevista psicólogo 1.....	- 67 -
4.1.2.2.2. Análisis entrevista Psicólogo 1 .....	- 70 -
4.1.2.2.3. Entrevista psicólogo 2.....	- 71 -
4.1.2.2.4. Análisis entrevista psicólogo 2 .....	- 73 -
4.1.2.2.5. Entrevista psicólogo 3 .....	- 74 -
4.1.2.2.6. Análisis de la entrevista a psicólogo.....	- 76 -
4.1.3. Fichas de observación .....	- 77 -
4.2. Verificación de hipótesis .....	- 80 -

## CAPÍTULO V

<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>- 84 -</b>
5.1. Conclusiones .....	- 84 -

5.2. Recomendaciones .....	- 85 -
----------------------------	--------

## **CAPÍTULO VI**

<b>6. DISEÑO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>- 86 -</b>
6.1. Memoria descriptiva y justificativa .....	- 86 -
6.1.1. Proyecto .....	- 87 -
6.1.2. Referencias.....	- 94 -
6.1.2.1. Aprovecha tu tiempo, elige vivir. ....	- 94 -
6.1.2.2. Yo vivo sin drogas, tú decides. ....	- 95 -
6.1.2.3. Misión Educación cero drogas.....	- 96 -
6.1.2.4. Construye una pasión.....	- 97 -
6.1.2.5. Vuelve a ser inteligente, no fumes marihuana.....	- 98 -
6.1.3. Descripción del proyecto .....	- 98 -
6.2. Diseño y desarrollo del producto y/o prototipo .....	- 101 -
6.2.1. Identificador.....	- 101 -
6.3. Estrategias Comunicacionales .....	- 104 -
6.3.1. Estrategia de Lanzamiento.....	- 104 -
6.3.2. Estrategia de Visibilidad.....	- 107 -
6.3.3. Estrategia de Confianza .....	- 112 -
6.3.4. Estrategia de Posicionamiento .....	- 116 -
6.3.5. Estrategia de Expansión.....	- 120 -

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1</i> Árbol de problemas.....	- 5 -
<i>Gráfico 2</i> Redes Conceptuales .....	- 12 -
<i>Gráfico 3</i> Variable Independiente .....	- 13 -
<i>Gráfico 4</i> Variable Dependiente.....	- 14 -
<i>Gráfico 5</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 1.....	- 51 -
<i>Gráfico 6</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 2.....	- 52 -
<i>Gráfico 7</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 3.....	- 53 -
<i>Gráfico 8</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 4.....	- 53 -
<i>Gráfico 9</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 5.....	- 54 -
<i>Gráfico 10</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 6.....	- 55 -
<i>Gráfico 11</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 7.....	- 55 -
<i>Gráfico 12</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 8.....	- 56 -
<i>Gráfico 13</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 9.....	- 57 -
<i>Gráfico 14</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 10.....	- 58 -
<i>Gráfico 15</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 11.....	- 58 -
<i>Gráfico 16</i> Tabulacion encuestas: Pregunta 12.....	- 59 -
<i>Gráfico 17</i> Tabulación ficha de observación: Pregunta 1 .....	- 77 -
<i>Gráfico 18</i> Tabulación ficha de observación: Pregunta 2.....	- 78 -
<i>Gráfico 19</i> Tabulación ficha de observación: Pregunta 3.....	- 78 -
<i>Gráfico 20</i> Tabulación ficha de observación: Pregunta 4.....	- 79 -
<i>Gráfico 21</i> Tabulación ficha de observación: Pregunta 5.....	- 80 -
<i>Gráfico 22</i> Frecuencias Observadas.....	- 81 -
<i>Gráfico 23</i> Frecuencias Esperadas .....	- 82 -
<i>Gráfico 24</i> Chi Cuadrado.....	- 82 -
<i>Gráfico 25</i> Chi Cuadrado calculado.....	- 83 -

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Pregunta de Investigacion para determinar la unidad de análisis.....</i>	<i>- 46 -</i>
<i>Tabla 2 Variable Independiente: Comunicación Visual .....</i>	<i>- 48 -</i>
<i>Tabla 3 Variable Dependiente: Consumo de drogas en estudiantes.....</i>	<i>- 49 -</i>
<i>Tabla 4 Estrategias de Comunicación .....</i>	<i>- 88 -</i>
<i>Tabla 5 Recursos y fijación de presupuesto .....</i>	<i>- 93 -</i>
<i>Tabla 6 Calendario de acciones.....</i>	<i>- 94 -</i>

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<i>Imágen 1 Consumo de drogas en Ecuador</i> .....	- 34 -
<i>Imágen 2 Atenciones por consumo de Drogas</i> .....	- 35 -
<i>Imágen 3 Campaña Aprovecha tu Tiempo</i> .....	- 94 -
<i>Imágen 4 Campaña Yo vivo sin drogas</i> .....	- 95 -
<i>Imágen 5 Campaña Misión Educación cero drogas</i> .....	- 96 -
<i>Imágen 6 Campaña Construte una Pasión</i> .....	- 97 -
<i>Imágen 7 Campaña Vuelve a ser inteligente</i> .....	- 98 -
<i>Imágen 8 Cromatica identificador</i> .....	- 102 -
<i>Imágen 9 Identificador</i> .....	- 103 -
<i>Imágen 10 Tipografía</i> .....	- 104 -
<i>Imágen 11 Cromatica Estrategia de Lanzamiento</i> .....	- 105 -
<i>Imágen 12 Afiche Estrategia de Lanzamiento</i> .....	- 106 -
<i>Imágen 13 Cromatica Estrategia de Visibilidad</i> .....	- 108 -
<i>Imágen 14 Gigantografía Estrategia de Visibilidad</i> .....	- 108 -
<i>Imágen 15 Afiche Estrategia de Visibilidad</i> .....	- 109 -
<i>Imágen 16 Roll up Estrategia de Visibilidad</i> .....	- 110 -
<i>Imágen 17 Infografía Estrategia de Visibilidad</i> .....	- 111 -
<i>Imágen 18 Cromática Estrategia de Confianza</i> .....	- 113 -
<i>Imágen 19 Tríptico Estrategia de Confianza</i> .....	- 113 -
<i>Imágen 20 Agenda y lápiz Estrategia de Confianza</i> .....	- 114 -
<i>Imágen 21 Pulseras Estrategia de Confianza</i> .....	- 115 -
<i>Imágen 22 Cromática Estrategia de Posicionamiento</i> .....	- 116 -
<i>Imágen 23 Stickers Estrategia de Posicionamiento</i> .....	- 117 -
<i>Imágen 24 Perfil Facebook Estrategia de Posicionamiento</i> .....	- 118 -
<i>Imágen 25 Perfil Instagram Estrategia de Posicionamiento</i> .....	- 119 -
<i>Imágen 26 Afiche Estrategia de Expansión</i> .....	- 122 -
<i>Imágen 27 Tríptico Estrategia de Expansión</i> .....	- 123 -
<i>Imágen 28 Roll up Estrategia de Expansión</i> .....	- 124 -
<i>Imágen 29 Agenda Estrategia de Expansión</i> .....	- 125 -

<i>Imágen 30 Pulseras Estrategia de Expansión.....</i>	<i>- 125 -</i>
<i>Imágen 31 Stickers Estrategia de Expansión .....</i>	<i>- 126 -</i>
<i>Imágen 32 Perfil Facebook Estrategia de Expansión.....</i>	<i>- 126 -</i>
<i>Imágen 33 Perfil Instagram Estrategia de Expansión .....</i>	<i>- 127 -</i>

## RESUMEN EJECUTIVO

En Ambato el consumo de drogas en jóvenes ha ido incrementado con el pasar del tiempo, este problema social está afectando considerablemente en las desempeño de los jóvenes tanto en la parte académica como en la parte física. Por consiguiente el proyecto de investigación se basa en la implementación de estrategias comunicacionales con el propósito de informar a los jóvenes los problemas que conllevan el uso de estas sustancias por medio de mensajes.

Una vez que ya pudimos investigar sobre las causas y consecuencias, como principal causa que conlleva al joven a ingerir este tipo de sustancias es la presión social, vivimos en un mundo donde lo malo es bueno, muchos de estos jóvenes optan por consumir drogas para ser aceptado en un determinado grupo, venir de familias desordenadas es otra causa de que los jóvenes buscan refugiarse en las drogas, partiendo de estas causas podemos encontrar muchas que como consecuencia principal tenemos la adicción a este tipo de sustancias, muchos de estos jóvenes cuando ya están con este problema optan por ir a la delincuencia para obtener estas sustancias ya que no cuentan con un estado económico estable.

La investigación se lo ha enfocado en técnicas de difusión de información para un correcto posicionamiento de mensaje que ayuden a prevenir que el estudiante recurra a estas sustancias, un correcto manejo de información, color, planos, tipografía ayudaran a que los estudiantes estén más informados sobre los problemas que causan el consumo de drogas ayudara a que tomen conciencia y piensen si lo que van hacer es bueno o malo para su salud, después de realizar la investigación se pudo plantear el desarrollo de estrategias de comunicación, el cual consiste mediante estrategias informar a los jóvenes los diferentes problemas que tiene el consumir drogas y que las mismas sean recordadas con el pasar del tiempo.

En cuanto a la parte metodología se realizó encuestas a estudiantes de la Unidad Educativa “Guayaquil” que estén cursando el nivel de bachillerato, dichos estudiantes esta comprendidos desde los 15 años hasta las 17 años y las entrevistas realizadas al personal administrativo del departamento DESE como también al personal docente, todos estos datos obtenidos por las técnicas de recolección dichas anteriormente ayudaron para la formulación de la propuesta.

La creación del proyecto tiene un gran aporte a la sociedad, ya que busca prevenir que muchos jóvenes se encaminen por el uso de drogas mediante estrategias de comunicación que sean útiles al momento de transmitir mensajes hacia el público.

**PALABRAS CLAVE: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN VISUAL, PSICOLOGÍA DEL COLOR, TIPOGRAFÍA.**

## **ABSTRACT**

In Ambato the consumption of drugs in young people has increased over time, this social problem is affecting considerably in the performance of young people both in the academic part and in the physical part. Therefore, the research project is based on the implementation of communication strategies with the purpose of informing young people about the problems associated with the use of these substances through messages.

Once we were able to investigate the causes and consequences, as the main cause that leads the young person to ingest this type of substances is social pressure, we live in a world where the bad is good, many of these young people choose to use drugs to be accepted in a certain group, coming from disordered families is another cause that young people seek refuge in drugs, based on these causes we can find many that as a main consequence we have addiction to this type of substance, many of these young people when they are already With this problem they choose to go to crime to obtain these substances since they do not have a stable economic status.

The research has focused on information dissemination techniques for a correct positioning of messages that help prevent the student from resorting to these substances, correct handling of information, color, plans, typography will help students to be more informed about The problems that cause drug use will help them to become aware and think about whether what they are going to do is good or bad for their health. After doing the research, the development of communication strategies could be proposed, which consists of strategies to inform young people the different problems that drug use has and that they are remembered over time.

Regarding the methodology part, surveys were carried out to students of the Educational Unit "Guayaquil" who are studying the baccalaureate level, these students are included from 15 years to 17 years old and the interviews made to the administrative personnel of the DESE department as well as To the teaching staff, all these data obtained by the collection techniques previously mentioned helped to formulate the proposal.

The creation of the project has a great contribution to society, since it seeks to prevent many young people from heading for the use of drugs through communication strategies that are useful when transmitting messages to the public.

**KEYWORDS: COMMUNICATION STRATEGIES, INFORMATION DISSEMINATION, VISUAL COMMUNICATION, PSYCHOLOGY OF COLOR, TYPOGRAPHY.**



## INTRODUCCIÓN

El presente documento está destinado a la creación de estrategias de comunicación para la correcta difusión de información sobre los problemas que conllevan el uso de drogas en estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato, para la implementación de dichas estrategias de comunicación se trabajó en la Unidad Educativa Guayaquil.

Las estrategias serán aplicadas con un tiempo de duración de una semana, cada estrategia tiene su acción, su objetivo, los medios que se van a aplicar ya sea impreso o digital, de la misma forma cada estrategia tiene sus piezas gráficas y de la misma forma sus características y aplicaciones. Entre las piezas gráficas se va a utilizar en el transcurso de las estrategias son afiches publicitarios, gigantografías, trípticos informativos, roll up, elementos promocionales y aplicaciones en redes sociales.

Después de cada que se termine cada estrategia se procederá a evaluar para saber cómo está encaminado las estrategias, de igual manera si están causando alguna reacción en los estudiantes, el lugar que se efectuaría estas estrategias es la Unidad Educativa Guayaquil.

Finalmente la implementación de estas estrategias comunicacionales será de gran impacto, por el simple hecho que se está trabajando con una problemática social que va en crecimiento, pues al implementar estas estrategias evitaremos que más jóvenes opten por consumir drogas.

## CAPÍTULO I

### 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1.Tema

La comunicación visual y su influencia en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad Ambato.

#### 1.2.Planteamiento del problema

La adicción a cualquier tipo de sustancias psicotrópicas en los jóvenes hoy en día va creciendo sustancialmente a nivel mundial, el consumo de drogas a temprana edad aumenta la posibilidad que adquiera una adicción.

El bajo autoestima, venir de familias desordenadas, la presión social, la influencia familiar son unas de las principales causas que incentivan a los jóvenes a probar estas sustancias, dichas causas influyen en el joven estudiante dirigirse por el camino de las drogas.

Otra de las causas principales que los jóvenes recurran a las drogas es la falta de acceso a la educación pública, muchos jóvenes que no asisten a clases piensan que el consumo de drogas es una actividad normal ya que, no existen una persona que pueda influir en su vida, como efecto a esta causa es el analfabetismo y como consecuencia le lleva al joven a la delincuencia.

El consumo de drogas afectan a los estudiantes en cuanto al desempeño estudiantil, esto conlleva a la pérdida de año, otro efecto muy importante que se debe tomar en cuenta es la depresión que en muchos casos lleva al estudiante a la muerte, el incentivo al consumo por medio de la presión social es muy común en los jóvenes que se quieren integrar a grupos sociales que en el momento están de moda, otro efecto es la curiosidad por medio del estudiante, muchos quieren experimentar que se siente cuando se estar drogado, una vez que el estudiante prueba algún tipo de droga y esta droga le llegara a gusta, esto conlleva a lo que se llama síndrome de tolerancia, es decir, como su nombre lo indica ser tolerante a un tipo de droga, el estudiante no podrá dejar la droga que consume hasta llegar a la adicción.

### **1.3.Contextualización (Macro, Meso, Micro)**

Según el Informe Mundial sobre Drogas 2016, el cannabis sigue siendo la droga de consumo más frecuente en el mundo, seguida de las anfetaminas. El cannabis, cuyos consumidores sumaron 183 millones en 2014, sigue siendo la droga de consumo más frecuente en el mundo, seguida de las anfetaminas. El uso indebido de opiáceos y opioides sujetos a prescripción médica, cuyos consumidores se estiman en 33 millones de consumidores, es menos habitual, pero los opioides siguen siendo sustancias destacables por sus efectos potencialmente nocivos para la salud. (Dianova, 2017)

El consumo de drogas de los estudiantes de secundaria, entre los 14 y 18 años, se vincula al ocio y al fin de semana. Entre ellos se encuentran alumnos con bajo rendimiento que presentan expulsiones y que finalmente llegan a abandonar la enseñanza obligatoria antes de obtener la certificación académica cuando cumplen los 16 años o incluso mucho antes de esta edad incurrir en el consumo y conductas violentas que en muchos casos les lleva a presentar conflicto con la ley vigente. (Nieto, 2012)

A nivel mundial, en los últimos tres años se ha observado una tendencia general a la estabilización del consumo de cannabis. Sin embargo, en algunas subregiones, especialmente de América del Norte y Europa occidental y central, ese consumo ha aumentado. Tras un período de estabilidad, desde 2010 también ha ido aumentando el consumo de cocaína, debido principalmente al aumento del consumo de esa sustancia en América del Sur. Por otra parte, el consumo de anfetaminas parece mantenerse estable. (Dianova, 2017)

El consumo de drogas entre los adolescentes de América es "muy alto" y la percepción de riesgo frente al uso ocasional de esas sustancias es "muy baja", según el "Informe sobre el Uso de Drogas de las Américas de 2015" presentado por la Organización de Estados Americanos (OEA, 2015).

Según la Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas. Entre los datos más salientes revela el alto consumo de alcohol en jóvenes de entre 13 y 17 años, el aumento del consumo de marihuana en este sector de la población y la "precocidad" en el consumo de éxtasis y sustancias inhalables.

Más de la mitad de los estudiantes de secundaria en Antigua y Barbuda, Argentina, Barbados, Chile, Colombia, Dominica, Granada, Paraguay, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Surinam y Uruguay consumieron alcohol durante el último año.

El 16,5% de la población del continente americano dijo haber consumido marihuana en el último año. Su consumo entre los jóvenes creció en todos los países del continente con excepción de Perú, mientras que Chile es el país con mayor consumo de esta droga en la región. En Uruguay, en el periodo 2003-2014, el consumo de marihuana se duplicó del 8,4 al 17%.

Según el Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol, Senda, un aumento de un 11% registraron los casos de consumo problemático de alcohol y drogas en la población infanto-adolescente en Chile entre 2015 y 2016, según datos del Senda. En tanto, en la población adolescente también presentó un aumento, cifrado en 3,3% en igual período. (Medrano, 2017)

Según datos de Unicef, los jóvenes de entre 13 y 15 años asegura haber tomado alcohol en el último mes y el 17% fuma a diario, en Colombia, las personas que recurren a ellas tiene menos de 24 años y la mayoría viven todavía con sus padres.

A nivel nacional de enero a mayo de 2017, el Ministerio de Salud atendió a 8.554 personas por problemas relacionados con los estupefacientes. El 12,65% de estudiantes, de entre 12 y 17 años, consumió sustancias prohibidas durante 2015 en Ecuador, de acuerdo con la 'Encuesta sobre uso y consumo de drogas ilícitas en estudiantes de enseñanza media', elaborada en 2016 por la Secretaría Técnica de Drogas (Seted). Este promedio se obtuvo de entrevistas a más de 36.000 alumnos, lo que representa unos 4.554 estudiantes que respondieron que sí. De ese número, el 39% consumió más de una clase de narcótico.

El informe revela que la marihuana es la sustancia ilícita más consumida, en Guayaquil, la mayoría de los encuestados que aceptó consumir drogas, específicamente fumar yerba, esnifar heroína o 'H', cocaína y pasta base.

El estudio de la Seted determinó que la edad de inicio al consumo de drogas se ubica en los 14 años. Esto no significa que no existan casos de menos edad que hayan probado o tengan un problema de adicción, pero son situaciones particulares, según Orellana, quien ha conocido hasta el caso de un menor de 6 años.

El estudio ‘Niñez y Adolescencia desde la Intergeneracionalidad-Ecuador 2016’, publicado por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), reveló que el 48% de los adolescentes afirmó que hay drogas en los alrededores de los centros educativos. Por regiones los porcentajes variaron. En la Costa más de la mitad de los menores de edad (54%) afirmaron la premisa. Ese mismo porcentaje se reportó en la Amazonía. En la Sierra lo aseveró el 42%. (Justicia, 2017)

En Ambato, la drogadicción juvenil va en aumento, según la revista electrónica del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotropicas (Consep), Ambato ocupa el noveno lugar de consumo de alcohol y drogas en la población estudiantil. (Hora, 2017)

El Consep puso en marcha la cuarta encuesta sobre el uso de drogas en estudiantes del 12 a 17 años, donde se pudo evidenciar que en Ambato el 19,33% consume bebidas alcohólicas de forma ocasional. La encuesta hecha en 2012 también señala que del total de encuestados en Ambato, el 4,98% usa alcohol regularmente. El 2,99% consume licor de forma frecuente y el 1,72%, de manera intensa. En cuanto al uso de cigarrillos se determinó que 5,83% de los alumnos fuma de forma ocasional, 1,37% usa marihuana de manera experimental, el 0,23 consume cocaína de manera intensa y un 0,15% de la población estudiantil, recurre a la pasta base (bazuco) de forma intensa. (Novoa, 2016)

Además el 64% de los encuestados respondió que pueden conseguir licor en cualquier tienda, 38,60% en locales de diversión y el 16% lo obtiene por medio de un amigo o familiar mayor de edad. Las bebidas alcohólicas que más consumen los jóvenes son la cerveza, con el 97,26% de preferencia; el vino con un índice de consumo del 59,61%; aguardiente con 53,69%; whisky, vodka y tequila el 47,89% y el vino de cartón o bolsa tiene el 41,89% de preferencia. (Novoa, 2016).

### 1.3.1. Árbol de problemas

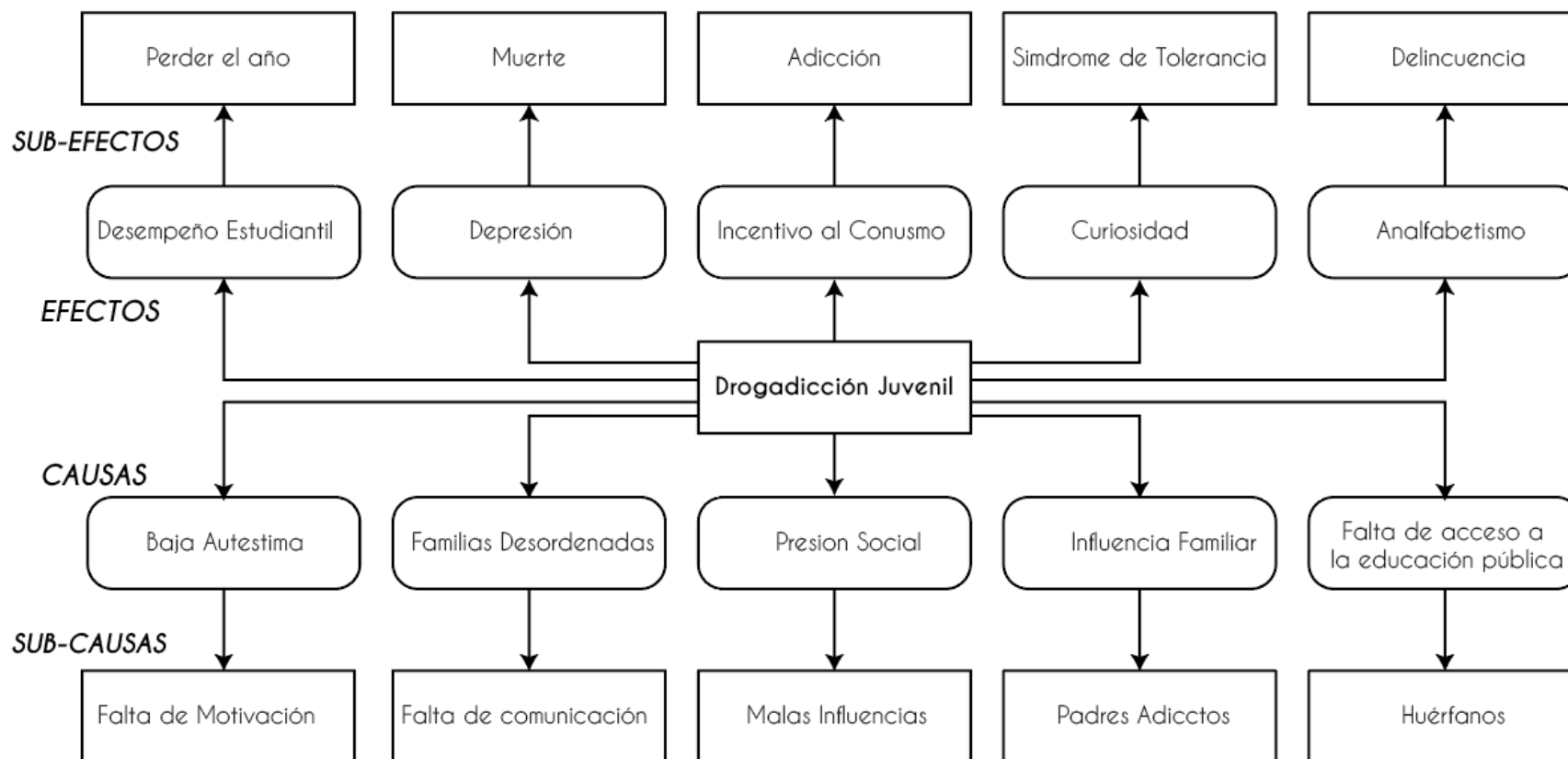


Gráfico 1 Árbol de problemas

### **1.3.2. Análisis crítico**

Esta investigación será de gran ayuda para las diferentes Unidades Educativas, en cuanto se refiere a la prevención del consumo de drogas en los jóvenes, la comunicación visual es una herramienta que nos facilitara llegar a los estudiantes de una forma clara y concisa, que a través de medios visuales disminuya el consumo de drogas que hoy en día está afectado su salud y su desempeño estudiantil.

Según estudios realizados por diferentes entidades públicas como la Unicef trata que el consumo de drogas en estudiantes va en crecimiento en cuantos años anteriores, la presión social, es decir, la mala influencia de ciertos amigos conlleva a los estudiantes a involucrarse con estas sustancias, dichas amistades incentivan al consumo de drogas ya sea por curiosidad o por la misma presión para ser parte de un grupo social.

Tener en casa algún familiar con estos problemas de adicción es muy perjudicial para el estudiante, ya que, al ver que algún familiar cercano consume algún tipo de droga periódicamente, el joven va terminar por consumir de igual manera estas drogas por el simple hecho que en la familia lo consumen sin ninguna restricción.

La baja autoestima de los estudiantes por problemas familiares, relaciones amorosas, desempeño estudiantil es otra vía para que el estudiante comience a probar estas sustancias, con el objetivo de olvidarse de los problemas por un corto tiempo.

El acceso limitado a la educación pública es otra causa para que los jóvenes comiencen a consumir drogas, al no tener una buena educación, no tienen un criterio formado, no saben distinguir lo bueno de lo malo, dando como consecuencia el analfabetismo, muchos de estos jóvenes se involucran en la delincuencia para conseguir dinero para comprar drogas.

### **1.3.3. Prognosis**

Mediante comunicación visual ayudará a que los jóvenes de bachillerato dejen de consumir drogas, como también a prevenir que los demás estudiantes de ciclos inferior obtén por probar estas sustancias. Esta investigación a futuro se podrá aplicar en las diferentes

Unidades Educativas en la provincia o a nivel nacional, ayudando a los jóvenes en la prevención del consumo de drogas.

#### **1.4. Delimitación del objeto de estudio**

- a. Campo: Diseño Gráfico
- b. Área: Comunicación Visual
- c. Aspecto: Social
- d. Tiempo: Periodo Escolar 2017-2018
- e. Espacio: Unidad Educativa Guayaquil
- f. Unidades de Observación: Unidades Educativas

#### **1.5. Justificación**

El objetivo de la presente investigación es prevenir el consumo de drogas en los estudiantes de la ciudad de Ambato, dicha investigación tiene un gran interés en nuestro entorno social que día tras día va en crecimiento, el aumento de consumo de sustancias psicotrópicas en jóvenes involucra a su familia, amigos y demás personas que los rodean. (Francia, Ramírez, & Albert, 2008).

La investigación contempla abarcar específicamente a los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato, ya que aquejan muchos problemas sociales, culturales e incluso de educación, existen muchos jóvenes que no tienen la posibilidad de asistir a una institución educativa.

Según (Tello, 2017) nos dice que “en nuestra sociedad, el consumo temprano de drogas aumenta las posibilidades de que una persona desarrolle una adicción”, es importante analizar las causas que conllevan a los estudiantes a ingerir dichas sustancias y los riesgos que puede ocasionar tanto en su vida diaria como en su vida de estudiantil.



En la actualidad se presentan casos en diferentes centros educativos de estudiantes consumiendo y expendiendo sustancias psicotrópicas que afectan en el desempeño estudiantil, depresión e incentivo al consumo; es decir a la adicción de estas sustancias. Se va implementar la comunicación como medio para llegar a los estudiantes mediante mensajes comunicacionales de los como las drogas dañan su vida en cuanto al ámbito social, educativo y a su vez explicar cómo poder evitar el consumo de drogas en los estudiantes. (Camejo & Abella, 2009).

Para realizar esta investigación se plantea investigar los tipos de drogas que consumen los estudiantes, cuales son las edades de los estudiantes que comienzan a consumir drogas, cuales son los métodos de los estudiantes para acceder a las drogas, cuales son los factores que más influyen a un joven para que consuma drogas, esto ayudara a tener una idea clara de cómo utilizar la comunicación visual en la prevención de consumo de drogas en los estudiantes de la ciudad de Ambato.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Investigar cómo influye la comunicación visual en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Guayaquil.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Investigar sobre el índice de consumo de drogas sus causas y consecuencias en los estudiantes que las consumen.
- Analizar los sistemas de comunicación visual aplicados en la prevención del consumo de drogas.
- Proponer un sistema de comunicación visual para prevenir el consumo de drogas en los estudiantes.
- Evaluar la influencia del sistema de comunicación visual propuesto en los estudiantes sobre el consumo de drogas.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación (*Estado del Arte*)

Para realizar el proyecto se ha respaldado por otras investigaciones de diferentes universidades que ayude fortalecer la investigación como: Según Armijos (2015) en su investigación presentada en la Universidad de Cuenca con el tema: “La drogadicción juvenil en el cantón Cuenca: un problema social”. Trata sobre:

“...al conflicto que viven los jóvenes de nuestra sociedad, en relación a la drogadicción. La investigación sobre la drogadicción en los jóvenes, ha sido abordada en la modalidad de monografía, dividida en cuatro grandes temáticas: las drogas, el consumo de las drogas en la actualidad, drogadicción juvenil en el cantón Cuenca, drogas y prevención. El tema de las drogas trata lo conceptual, su clasificación, como las consideradas legales, e ilegales y drogas en el ámbito legal. El tema del consumo de las drogas en la actualidad, analiza la drogodependencia, la drogadicción como enfermedad, fases de experimentación. El tema de la drogadicción juvenil en el cantón Cuenca aborda lo referente a, datos del CONSEP en torno a la drogadicción en Cuenca y una Visión especializada sobre la drogadicción en Cuenca. El tema de drogas y prevención propone la prevención en el ámbito de la drogadicción, modelos de abordaje dirigidos a prevenir la drogadicción y el rol del trabajador social.” Armijos (2015).

La investigación trata sobre un problema que en la actualidad está en aumento, tanto en la ciudad de Cuenca, como también afecta a nivel nacional e internacional; la manera de que como se puede prevenir este problema es el objetivo principal de la investigación, la comunicación entre padres e hijos es primordial para prevenir el consumo de drogas, la sociedad es una causa que conlleva al joven a consumir drogas.

Otra investigación realizada en la Universidad de Guayaquil, hecha por Loor & Tigua (2015) con el tema “Factores que influyen en el consumo de sustancias psicotrópicas en los adolescentes de 13 a 14 años de edad del Colegio Réplica Vicente Rocafuerte, 2014-2015”, presenta la misma problemática social, esta vez enfocado en un rango definido de edad en una Unidad Educativa, exponiendo los siguientes objetivos específicos.

“Identificar los factores de riesgo que exponen a los adolescentes de 13 -14 años del Colegio Réplica Vicente Rocafuerte al consumo de sustancias psicotrópicas

Establecer los factores de protección que poseen los adolescentes de 13 – 14 años del Colegio Réplica Vicente Rocafuerte para la prevención del consumo de sustancias psicotrópicas.

Determinar el nivel de conocimiento de los alumnos de 13-14 años del Colegio Réplica Vicente Rocafuerte sobre el consumo de sustancias psicotrópicas.”  
(Loor & Tigua, 2015)

En cuanto a la investigación se pudo concluir que el 50 % de estudiantes tienen el fácil acceso a sustancias psicotrópicas y alcohol, el 20% recurre por consumir estas sustancias por bajo desempeño estudiantil y por influencia de amistades, mientras que un 5% consumen drogas por problemas familiares y discriminación social.

## **2.2.Fundamentación (Legal, Axiológica, Ontológica)**

En cuanto al ámbito legal, para realizar la investigación se apoyara con la LEY DE SUSTANCIAS ESTUPEFACIENTES Y PSICOTROPICAS, esta ley tiene como objetivo combatir y erradicar el uso indebido y tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas que dañen a la comunidad Ecuatoriana.

Art. 1.- Objetivo.- Esta Ley tiene como objetivo combatir y erradicar la producción, oferta, uso indebido y tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, para proteger a la comunidad de los peligros que dimanen de estas actividades.

Art. 2.- Declaración de interés nacional.- Declárase de interés nacional la consecución del objetivo determinado en esta Ley, las acciones que se realicen para su aplicación y, de manera especial, los planes, programas y actividades que adopten o ejecuten los organismos competentes.

Las instituciones, dependencias y servidores del sector público y las personas naturales o jurídicas del sector privado están obligadas a suministrar la información y a prestar la colaboración que determina esta Ley o que establezcan las autoridades a las que compete su aplicación.

Art. 3.- Ambito de la ley.- La presente Ley abarca todo lo relativo a:

1.- El cultivo de plantas de las que se puede extraer elementos utilizables para la producción de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, y cualquier forma de cosecha, recolección, transporte, almacenamiento o uso de frutos o partes de esas plantas;

2.- La producción, elaboración, extracción o preparación, bajo cualquier procedimiento o forma y en cualquier fase o etapa, de materias primas, insumos, componentes, preparados o derivados de las sustancias sujetas a fiscalización;

3.- La tenencia, posesión, adquisición y uso de las sustancias sujetas a fiscalización, de las materias primas, insumos, componentes, precursores u otros productos químicos específicos destinados a elaborarlas o producirlas, de sus derivados o preparados, y de la maquinaria, equipos o bienes utilizados para producirlas o mantenerlas;

4.- La oferta, venta, distribución, corretaje, suministro o entrega, bajo cualquier forma o concepto, de las sustancias sujetas a fiscalización;

5.- La prescripción, dosificación o administración de sustancias sujetas a fiscalización;

6.- La preparación en cápsulas, pastillas o en cualquier otra forma de las sustancias sujetas a fiscalización, su envase o embalaje;

7.- El almacenamiento, la remisión o envío y el transporte de las sustancias sujetas a fiscalización, de sus derivados, preparados y de los insumos, componentes, precursores u otros productos químicos específicos necesarios para producirlas o elaborarlas;

8.- El comercio, tanto interno como externo, y, en general, la transferencia y el tráfico de las sustancias sujetas a fiscalización y de los componentes, insumos o precursores u otros productos químicos específicos necesarios para producirlas o elaborarlas;

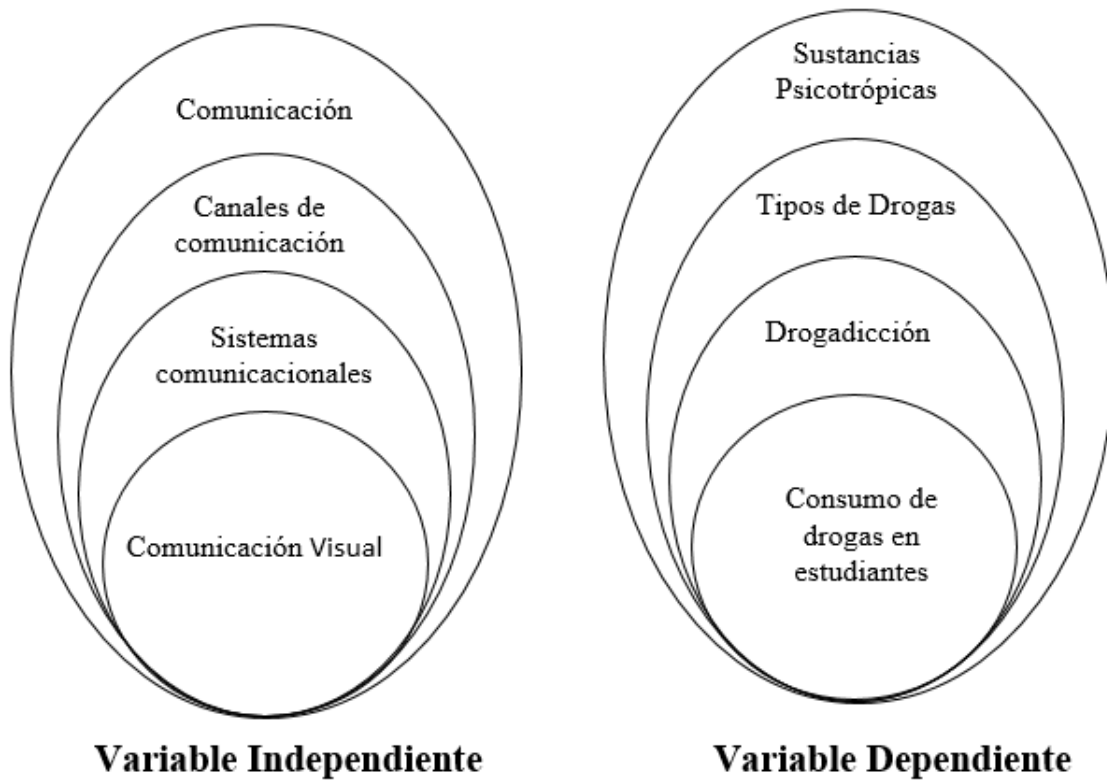
9.- La asociación para ejecutar cualesquiera de las actividades que mencionan los numerales precedentes, la organización de empresas que tengan ese propósito y la gestión, financiamiento o asistencia técnica encaminada a posibilitarlas;

10.- La conversión o transferencia de bienes o valores que procedan de la ejecución de las actividades mencionadas en los numerales precedentes y la utilización, "blanqueo o lavado" de los recursos obtenidos de la producción o tráfico ilícito de las sustancias sujetas a fiscalización; y,

11.- Las demás actividades conexas con esta materia.

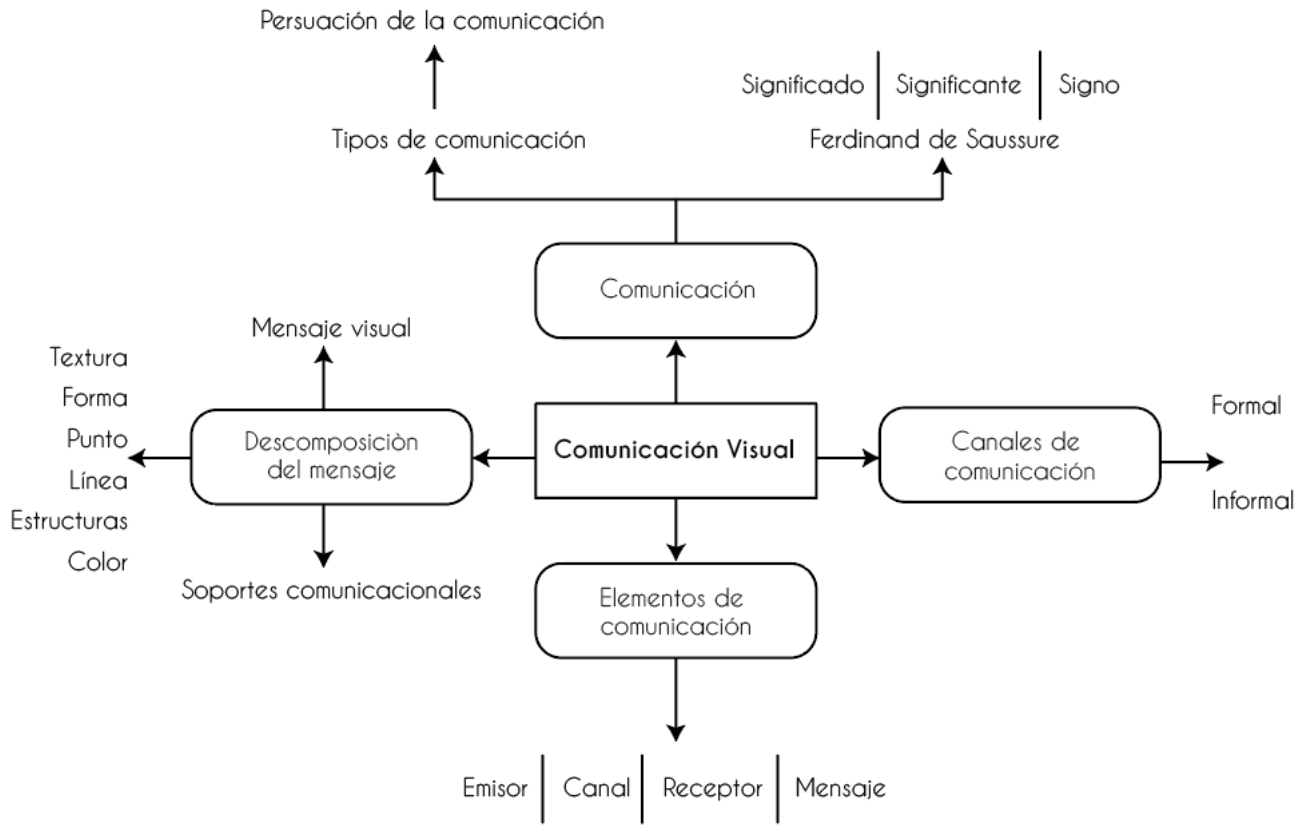
## 2.3. Categorías fundamentales

### 2.3.1. Redes conceptuales

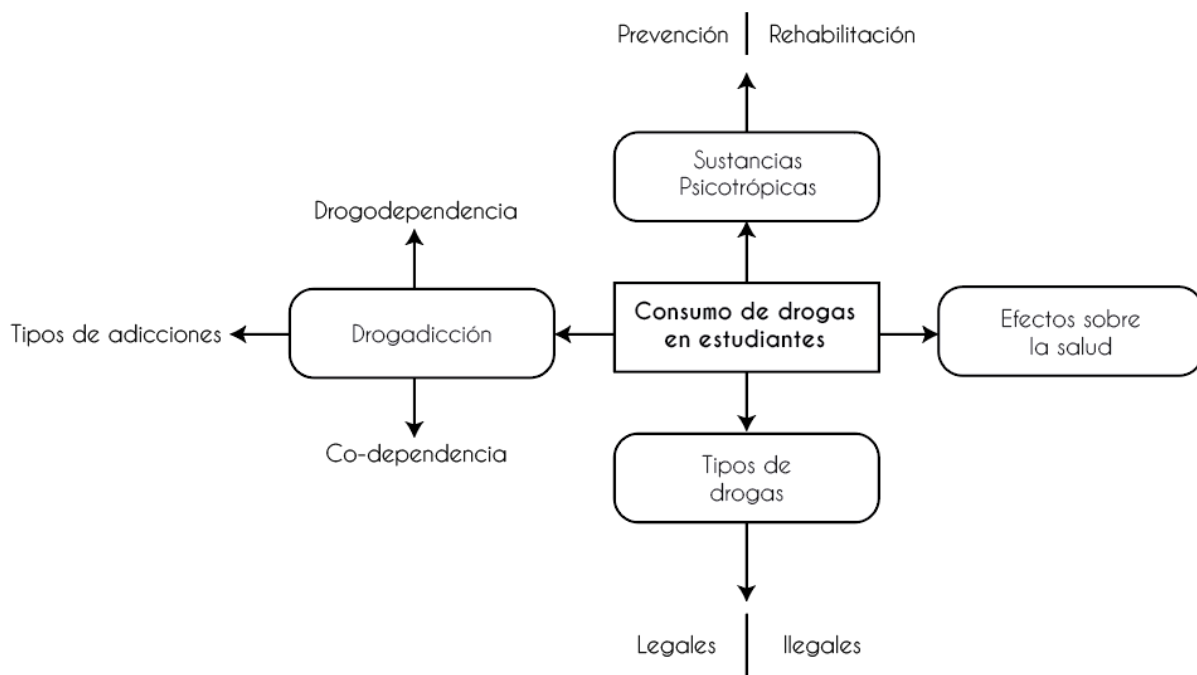


*Gráfico 2 Redes Conceptuales*

### 2.3.2. Constelación de ideas



*Gráfico 3 Variable Independiente*



*Gráfico 4 Variable Dependiente*

### 2.3. Formulación de hipótesis

#### **Hipótesis Nula**

La comunicación visual no ayuda a la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad Ambato.

#### **Hipotesis Afirmativa**

La comunicación visual ayuda a la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad Ambato.

## **2.4.Bases Teóricas**

### **2.4.1. Conceptualización variable dependiente: comunicación visual**

#### **2.4.1.1.Comunicación visual**

Dentro del desarrollo de los seres humanos, el aprendizaje es un factor primordial en la vida, ya que es un proceso por el cual se adquiere información, hábitos y capacidades nuevas día tras día. La comunicación visual radica en la representación que tienen las imágenes y el impacto emocional que a su vez tiene connotaciones y percepciones que permiten formular nuevas definiciones y concepto.

La comunicación visual es un medio que sirve para transmitir ideas, pensamientos y gráficos a través de contenidos específicamente visuales, la comunicación visual prácticamente es todo lo que nuestros ojos pueden percibir e interpretarlo según con el contexto en que estos gráficos o imágenes se encuentren (Munari, 2017).

Mientras que (Eco, 1972) trata que: “La comunicación visual se presenta como un proceso donde parecen combinarse y retroalimentarse de forma compleja, la regulación convencional y la libertad de ejecución e interpretación de significados”.

Estos dos autores mencionan que la comunicación visual nos ayudar para dar a conocer ideas netamente gráficas, para que esta comunicación sea correcta debe haber una retroalimentación de la información, es decir, que el receptor al que nos estemos dirigiendo debe interpretarlo sin ninguna complejidad y este a la vez se convierta en un trasmisor para otros receptores.

Existen varios medios de comunicación por los cuales se puede difundir o propagar la comunicación visual, el asunto es tratar de llegar al público objetivo de modo que se cumplan los objetivos planteados, los cuales pueden ser de tipo comercial, publicitario o en el caso de la investigación actual de tipo social.

Si se compara a la comunicación visual con otros tipos de comunicación, se puede diferenciar que posee sus propias características, como por ejemplo que es de apreciación universal es decir que es un código directo, concreto y fácil interpretación.



Finalmente se puede concluir que mediante la comunicación visual se pueden difundir mensajes de carácter informativo, estético, cultural, educacional, identidad, o para dar a conocer diferentes pensamientos, ideologías o saberes.

Principios de la comunicación visual según Frascara (2000).

1. Todo elemento visual tiene significado.
2. Todo ordenamiento visual tiene significado.
3. Todo significado presupone un orden.
4. Todo orden está basado en principios visuales de integración y segregación.
5. Los principios visuales de integración y segregación se basan en semejanzas, proximidad y cierre (o continuidad, también llamado buena forma).
6. Todo mensaje visual está constituido por dos niveles: forma y significación.
7. La significación de un mensaje se realiza mediante un proceso de interpretación.

#### **Clasificación por el fin de la comunicación gráfica**

- Comunicación casual: Puede ser interpretada libremente por el que la recibe, ya como mensaje científico o estético, o como otra cosa.

Productos gráficos no intencionales, que no requieren interpretación certera de lo que representan y que no cumplen una necesidad de comunicación visual gráfica.

- Comunicación de intención: Debería ser recibida en el pleno significado querido en la intención de remitente.

Munari (2012) señala que “los mensajes gráficos intencionales son representaciones gráficas elaboradas para satisfacer una necesidad de comunicación y que requieren de una certera interpretación” (p.82), mismos que pueden ser examinados en dos aspectos:

- Prácticos: Sin el componente estético se entiende por ejemplo un dibujo técnico, una foto de actualidad, las noticias, etc.
- Estéticos: Se entiende un mensaje que informa, por ejemplo de las líneas armónicas que componen una forma, las relaciones volumétricas de una construcción

tridimensional, las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma en otra.

#### **2.4.1.1.1. Mensaje visual**

El objetivo central de todo elemento de diseño es el de emitir un mensaje u ofrecer funcionalidad para la solución de problemas concretos y para que ambas tareas ocurran a cabalidad resulta de gran utilidad plantear ciertas acciones concretas que el diseño debe generar.

Según (Munari, 2017) trata que “La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes (sonoros, térmicos, dinámicos, etc.) que golpean nuestros sentidos” (pag. 66). Los mensajes visuales son sistemas de comunicación, para este caso está enfocado para nuestro sentido visual, ya que mediante este mensaje damos a conocer una idea.

Para que un logotipo, un cartel, la portada de una publicación, un banner, una página de inicio, un empaque, un mueble, un aparato electrónico o cualquier otro producto u objeto de diseño, en todos ellos es necesario que existan cuatro acciones que tanto el receptor de mensaje visual o el usuario de un objeto deben experimentar para que se les pueda considerar como exitosos. (pag. 69)

- Llamar la atención
- Provocar interés
- Objetos de deseo
- Lamado a la accion

Para una mejor interpretación de la comunicación existen varios elementos que ayudan a la trasmisión de información entre emisor y receptor, entre los elementos más principales tenemos:

- Textura
- Forma
- Estructura

- Color

La caja de herramientas de todas las comunicaciones visuales son los elementos básicos, la fuente compositiva de cualquier clase de materiales y mensajes visuales, o de cualquier clase de objetos y experiencias: el punto, o unidad visual mínima, señalizador y marcador del espacio; la línea, articulante fluido e infatigable de la forma, ya sea en la flexibilidad del objeto o en la rigidez del plano técnico; el contorno, los contornos básicos como el círculo, el cuadrado, el triángulo y sus infinitas variantes, combinaciones y permutaciones dimensionales y planas; la dirección, canalizadora del movimiento que incorpora y refleja el carácter de los contornos básicos, la circular, la diagonal y la perpendicular; el tono, presencia o ausencia de luz, gracias al cual vemos; el color, coordenada del tono con la añadidura del componente cromático, elemento visual más emotivo y expresivo; la textura, óptica o táctil, carácter superficial de los materiales visuales; la escala o proporción.

Tamaño relativo y medición; la dimensión y el movimiento, tan frecuentemente involucrados en la expresión. Estos son los elementos visuales que constituyen la materia prima en todos los niveles de inteligencia visual ya partir de los cuales se proyectan y expresan todas las variedades de declaraciones visuales, de objetos, entornos y experiencias.

#### **2.4.1.2.Sistemas comunicacionales**

Se determina que el sistema comunicacional es un conjunto de factores interrelacionados o interconectados que establecen acciones o actividades que facultan a la personas el poder de comunicarse entre sí. Es decir el sistema comunicacional es la base misma del desarrollo de la sociedad, puesto que la comunicación es el fundamento de las relaciones interpersonales e intrapersonales.

Según Pastor, 2011, trata que el sistema comunicacional es un sistema de toda organización que se encarga de manera específica de procesar tanto las transacciones de información provocadas por las interacciones formales entre el entorno y la organización como las transacciones generadas en el seno de toda entidad. (pag. 11)

En referencia a lo expuesto por el autor en cuestión, se precisa que un mensaje puede ser transmitido necesariamente en un sistema comunicacional que permite a la información ser transmitida a través del espacio y tiempo requerido. Dicho mensaje debe ser emitido desde una fuente hasta un punto de llegada deseado, mediante diversos canales dependiendo del sistema de comunicación utilizado.

Efectivamente el sistema comunicacional se perfila como un conjunto de elementos o factores que pueden usarse o construirse de manera multifactorial, y versátil, acatándose a los objetivos del emisor de la información o mensaje. Este mensaje puede presentarse bajo diferentes formas, las cuales pueden ser símbolos, colores, imágenes, presiones acústicas de la voz, entre otras; este hecho se genera puesto que los seres humanos somos perceptibles y sensibles a diversos estímulos que llaman la atención de los sentidos sensoriales apropiadamente.

Es necesario que cuando se transmitida una información o mensaje, el sistema comunicacional que se emplee debe permitir que dicho mensaje sea transmitido de manera óptima, los cuales pueden ser manifestados por medio de señales como por ejemplo sonidos, gestos, señas, etc., con la intención de dar a conocer el mensaje de manera proporcionada.

#### **2.4.1.2.1. Soportes comunicacionales**

Los soportes comunicacionales son materiales o plataformas sobre las cuales se registra la información que se desea transmitir, este tipo de soportes pueden variar según la finalidad de los mensajes a ser comunicados, entre los soportes comunicacionales tenemos:

- Soportes Impresos
- Soportes Digitales

#### **2.4.1.2.2. Soportes Impresos**

Los soportes comunicacionales impresos son medios que sirven comúnmente para la transmisión de información, según (Puértolas, 2015) “Los productos publicitarios impresos, se destinan generalmente a la promoción publicitaria de productos o servicios y la comunicación de personas, empresas o cualquier tipo de organización”. (pg. 21)

Otro aspecto a tomar en cuenta sobre los soportes impresos es la gran diversidad de materiales que se pueden usar como soporte de impresión, como puede ser: el papel, la cartulina, cartón, plásticos o textiles. Hay que tener en cuenta que estos soportes comunicacionales deben ser diseñados a partir de normas de identidad gráfica, es decir seguir un proceso de diseño que esté acorde al público que se dirige.

Para definir de otra manera a los soportes comunicacionales impresos se podría decir que, estos soportes son productos gráficos los cuales tienen un enfoque en el campo editorial y se caracterizan por la presencia eminente de elementos visuales, este aspecto se destaca en este tipo de productos, esto no significa que en estos soportes comunicacionales se pueda prescindir de elementos textuales que complementen el trabajo. (Tirado, 2014)

#### **2.4.1.2.3. Soportes Digitales**

Según el portal web La Tribuna (2017), los medios de comunicación digital son aquellos que se emplean en la internet para la difusión de contenido e informaciones. Aparecieron a finales del siglo XX, gracias al desarrollo de la informática y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y desde entonces, han invadido con fuerza en el contexto de las comunicaciones humanas, causando una revolución en la manera en que las personas consumen, producen e interactúan con la información. Aún se encuentran en expansión y su proceso de democratización y acceso a las masas aún está en progreso.

Las comunicaciones cada vez son más digitales, más móviles y más anchas. El informe "Digital Life 2006", presentado ayer por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), constata que los medios de comunicación digitales ya son los más utilizados entre la población mundial, por encima de la televisión, la radio, los periódicos o el cine.

Según el portal web Consumer (2017) trata que las personas entre 18 y 54 años son las que más emplean los medios digitales, unas 16 horas a la semana, frente a las 13 que dedican a la televisión, las ocho a la radio, las dos a periódicos y revistas, y la única hora que dejan reservada para el cine. Por su parte, los menores de 18 dedican a los medios digitales

una media de 14 horas semanales, frente a las 12 de la televisión, las seis de la radio y las dos horas que reservan a periódicos, revistas y cine.

#### **2.4.1.2.1. Elementos de comunicación**

Para que exista una correcta comunicación existe varios elementos imprescindibles que hacen posibles que esto ocurra; el emisor, mensaje, receptor y canal, según Santos (2012) plantea definiciones claras y concretas que ayudan a entender de mejor manera los roles que cumplen en la comunicación.

Podemos definir al emisor como el elemento o la instancia en que se crea en mensaje, algunos investigadores se refieren a la persona o grupo de personas emisoras como “fuente”. El emisor es el que se encarga de construir y enviar el mensaje, este mensaje puede ser escrito y oral, este emisor puede ser tanto un aparato como una persona. (p.13).

En otras palabras el emisor envía un mensaje por medio de un canal a un receptor, es una fuente capaz de generar diferentes mensajes que se reproducen por medio de un canal en el espacio y el tiempo. De la misma forma el emisor o fuente, también puede convertirse en receptor, cuando pasa a transformarse en figura pasiva que recibe otros mensajes, es decir, mientras escucha.

De acuerdo con Helena Beristáin (como cito en Santos 2012) un mensaje “es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado”. El proceso de su transmisión involucra un canal, que es empleado por un emisor que codifica las señales para que éstas lleguen a un receptor quien, a su vez, descodifica la estructura recibida. Para que el mensaje sea efectivo y cumpla con el objetivo de quien lo emite, debe “ser transmitido con un mínimo de errores” (p.13).

Mediante el mensaje, el emisor da forma semántica a sus ideas: selecciona y ordena los símbolos para expresar los propósitos de su comunicación al receptor. Los mensajes persuasivos se emiten con el fin de convencer, crear opiniones o cambiarlas e incitar a los receptores a realizar determinadas acciones; tienen una función predominantemente conativa, pues se espera producir con ellos una reacción en el receptor.

A quien recibe el mensaje, y que también puede fungir como emisor, se le conoce como “receptor”, “destino”, “destinatario” o “enunciatario”. Se trata de un individuo que conoce los signos que son estructurados con la finalidad de comunicarle un mensaje (p.16).

Es decir, el receptor es el encargado de decodificar el mensaje, descifrar e interpretar los signos recibidos, haciendo que la comunicación sea factible. También aquí podemos estar refiriéndonos a seres humanos, seres vivos o aparatos con capacidad para decodificar mensajes e incluso interpretar y responder.

#### **2.4.1.2.4. Semiotica**

Como disciplina Cobley (1997) entiende a la semiótica como “el análisis de los signos o el estudio del funcionamiento de sistemas de signos”(p.4), como soporte a este concepto Eco (2000) comprende a la semiótica como: “Una teoría de los códigos y una teoría de la producción de signos: la segunda teoría considera un grupo muy amplio de fenómenos, como el uso natural de los diferentes lenguajes, la evolución y la transformación de los códigos, la comunicación estética, los diversos tipos de interacción comunicativa.”(p.17). Según este mismo autor sostiene que existe la semiótica de la significación la cual es desarrollada por la teoría de los códigos mientras que la semiótica de la comunicación incumbe a la teoría de la producción de los signos.

En conclusión la semiótica es el estudio de la capacidad innata del ser humano para comprender signos de toda clase, desde sistemas simples hasta los más básicos.

Ferdinand de Saussure conocido como el padre de la “lingüística estructural” del siglo XX, plantea una relación de signos entre el significante y significado que ayuda a entender de mejor manera el lenguaje. Dicho autor formulo conceptos que desembocaron en el estudio de los signos, gracias ah esto surgui la vida de los signos en el seno de la vida social que nos enseña en que consiste los signos y que leyes los rigen dando como resultado la semiología y teniendo en cuenta el signo en la relación entre el significado y significante.

Mientras que Charles Sanders Peirce su aporte es mas basado a la lógica y a la ciencia a la cual se denomina semiótica, o tambien llama teoría de los signos, este autor se combierte en el padre de la semiótica moderna ya que no es la lengua el modelo de análisis, es una parte

de un sistema mayor, como lo son el pensamiento y el razonamiento, el mismo que permite reconocer la existencia de los signos.

Una vez comprendido estos términos los autores (Com, Ackerman, & Morel, 2012) plantean conceptos en base a la teoría de Saussure sobre el significante, significado y signo:

El ‘significante’ es definido como la huella mnémica o imagen acústica, eso que se nos representa cuando decimos ‘árbol’: en este caso acude a nuestra mente el dibujo de una copa frondosa, verde y un tronco marrón, o el dibujo constituido por las consonantes y las vocales que constituyen la palabra a-r-b-o-l. El sonido de la voz se proyecta, arriba a nuestros oídos produciendo una imagen-palabra; dibujo de la palabra o la imagen como simple dimensión pictórica. Se produce entonces una representación psíquica, un boceto poco nítido del significante mencionado (p.49).

Es decir, es el conjunto de signos lingüísticos (fonemas y morfemas) que usamos para poder comunicarnos con el resto de las personas. El significante es la herramienta que usamos de forma verbal o escrita para poder remitir una idea, un concepto a la persona que recibirá la información.

El ‘significado’ es el concepto, la definición de la imagen acústica: para ‘árbol’, es ‘planta perenne de tronco piroleñoso que crece a más o menos altura del piso’ (p.49).

Es decir, el significado, se refiere a la idea que se nos viene a la cabeza cuando decimos una palabra, aquello a lo que nos estamos refiriendo dentro de nuestro mundo real cuando hablamos. Pensemos que las palabras han sido un sistema que nos hemos inventado los humanos para poder comunicarnos los unos con los otros y cada una de ellas se refiere a un elemento de nuestra realidad, esa idea, esa relación entre la mente y la realidad es el significado.

El signo es heteróclito, heterogéneo. Es decir que su construcción aparece apoyada por tres dimensiones que Saussure decide discriminar con el objetivo de recortar su objeto de estudio: una dimensión biológica, una dimensión psíquica, y una dimensión física (p.49).



El signo lingüístico es la combinación de un concepto (significado) y de una imagen acústica (significante), que componen en conjunto una entidad lingüística de dos caras interdependientes. Es una construcción social que funciona dentro de un sistema lingüístico y que pone un "elemento" en lugar de otro. Como sistema, tiene la capacidad de aplicarse a sí mismo y de explicar los demás sistemas de signos; pero es importante advertir que en la lingüística y en la semiótica la teoría define al objeto, y por lo tanto el signo es consecuencia de una perspectiva teórica.

### **Tipos de Signos**

Pierce clásica a los signos según su relación con los objetos en:

**Icono:** Tipo particular del signo en el que la relación entre significado y significante no es inmotivada o arbitraria, sino que, por el contrario el significante reproduce de la manera más fiel posible el significado relación de semejanza, se parecen al objeto, representa una o varias cualidad del objeto y establecen una relación directa con aquello que quieren.

**Índice o señal:** Signo que se refiere al objeto que se denota en virtud de estar efectivamente afectado por ese objeto. La relación con los objetos que se representan es de continuidad con la realidad, son un hecho físico, relación física de proximidad o de causa efecto, no tienen relación con nada, solo se indican y señalan un fenómeno.

**Símbolo:** Presenta un rudimento de vínculo entre significado y significante, son un hecho psicológico, su naturaleza es psíquica y no física. Establecen una relación directa con aquello que se refieren, la relación con el objeto es convencional, posee una relación arbitraria y convencional entre su expresión y lo representado.

#### **2.4.1.2.5. Canal**

El término se refiere al “medio por el cual los mensajes se transmiten a otra persona”. Al hablar de comunicación masiva, entendemos que los canales pueden llegar a un número grande, a veces indeterminado de personas cuyas interpretaciones dependerán de la cultura,

el medio socioeconómico, la experiencia y múltiples factores que no son estáticos, sino que conforman el contexto (p.17).

El canal es el medio por el cual viaja el mensaje. Es seleccionado por la fuente, que debe determinar qué canal es formal y cuál es informal. La organización establece los canales formales y transmite mensajes que se vinculan con las actividades relacionadas con los puestos de los miembros. En un esquema tradicional, los canales formales siguen la estructura de autoridad dentro de la organización. Otras formas de mensajes, como los personales o sociales, siguen los canales informales en la organización.

#### **2.4.1.2.6. Canales de la comunicación**

Según el portal EcuRed trata que los canales de comunicación es el medio para transmitir información las cuales viajan por distintas señales entre el emisor y receptor para su correcta difusión. (Del Rio, 2013).

Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc.

#### **2.4.1.2.7. Canales Formales**

Según el portal web gestipolis trata que los canales de comunicación formales se circunscriben a la red formal y cruzan (o deberían cruzar) el organigrama de la empresa siguiendo tres tipos: ascendente, descendente, y horizontal.

Cada uno de estos recorridos favorece el contacto entre distintos niveles, departamentos y áreas de la organización, al tiempo que persiguen la consecución de objetivos particulares: construcción de identidad, consenso, participación, feed-back, cohesión, trabajo en equipo, etc.

La conquista de cualquiera de estos objetivos es posible gracias a que los CCF son diseñados y administrados por la empresa, ejerciendo, de este modo, un control significativo sobre la información que por ellos circula. (Formanchuk, 2002).

Comunicación descendente: la información en este caso se realiza hacia debajo de la estructura jerárquica de la empresa, se utilizan medios escritos para transmitir información concreta y relevante de la organización, políticas y objetivos, esta información ayuda a las demás personas comprender de mejor manera su función en la empresa.

Comunicación ascendente: esta comunicación puede ser verbal o no verbal o escrita, se utiliza para sugerir opiniones, ideas o propuestas de los empleados hacia sus líderes. En otras palabras la comunicación ascendente es la retroalimentación de la comunicación descendente.

Comunicación horizontal: para este caso la información se trasmite mediante grupos de trabajo o personas que estén en el mismo nivel jerárquico, esta información es menos formal, es clara y concreta.

#### **2.4.1.2.8. Canales Informales**

En cuanto a los canales informales el portal gestipolis menciona que los canales de comunicación informales responden a una red informal y no son planeados.

Si bien es cierto que las redes informales no son ajenas a la comunicación formal (no olvidemos que pese a su espontaneidad están insertas dentro de una red formal y por lo tanto son permeables a sus canales), desbordan la estructura de la organización y abren canales alternativos por donde hacer circular su propia información. (Formanchuk, 2002).

Se trata de canales que no suelen estar sustentados por ningún medio institucional por lo que la información se produce y transmite de forma más directa, rápida y participativa. Los canales informales son más efímeros y están limitados a ciertos destinatarios, generalmente sirven de filtro para la comunicación formal, por ejemplo tenemos: comunicaciones, teleconferencias, prepublicaciones, actas de congresos no publicada, que se transmiten través del correo electrónico, grupos de noticias, listas de distribución, entre otras.

Los canales informales se distinguen de los formales en que permiten una interacción más inmediata entre el emisor de la información y el receptor de la misma, sin embargo, actualmente el uso de Internet está haciendo que esa distinción sea cada día menos perceptible.

#### **2.4.1.3. Comunicación**

Según (Fonseca, Correa, Pineda, & Lemus, 2011) trata que: “Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismo”. Es decir, es un proceso que dos o más personas intercambian ideas, información, significados por medio de un canal, para el proceso de comunicar se necesita un transmisor, receptor y mensaje.

Es una manera de entrar en contacto con los demás; sin ella, no existirían las relaciones humanas, es un conjunto de técnicas que permiten la difusión de mensajes escritos o audiovisuales a uno o varios públicos. También se pueden conocer como un proceso bilateral, un circuito en el que interactúan y se interrelacionan dos o más personas, a través de un conjunto de signos o símbolos convencionales, por ambos conocidos. (DÍEZ, 2006, pág. 8)

Tomando en cuenta lo expresado por los autores antes citados, se considera que la comunicación es un conjunto de acciones y actividades que se interrelacionan para cumplir un fin planteado. De manera general se constituye de tres elementos, los cuales son el emisor, mensaje y receptor; es decir la persona que emite el mensaje el cual puede darse de manera verbal, escrita, audiovisual, visual, auditiva, etc., el cual debe ser analizado de manera detallada para implementarlo adecuadamente.

##### **2.4.1.3.1. Comunicación Educativa**

La comunicación educativa se considera un importante tipo de comunicación humana que se enfoca en conseguir logros educativos positivos, bajo preceptos constructivos que benefician a los protagonistas de la educación de los niños, niñas y adolescentes como actividad base de la superación humana.

Según Berlo, 2009, trata que en el proceso de la comunicación educativa se involucra al docente y al alumno, estos elementos involucrados, según este modelo son los contenidos

educativos el soporte educativo, los medios didácticos y los procesos son el de codificación y decodificación y el de retroalimentación. (pag. 145)

El proceso que se desarrolla al aplicar la comunicación educativa se constituye junto con la teoría de sistemas y las teorías de aprendizaje, los cuales son pilares o bases fundamentales de la que se obtienen los resultados de aprendizaje significativo y óptimo en los estudiantes.

El esquema que se resume e interviene en el proceso de comunicación educativa se determinan en el emisor, mensaje y receptor. En el cual el principal objetivo del proceso se trata de transmitir conocimientos por parte del docente al alumno y en otros casos transmitir dudas o inconveniencias en el aprendizaje por parte del alumno al docente.

#### **Características:**

- Postura abierta en el emisor y receptor para lograr un clima de mutuo entendimiento. Bidireccionalidad del proceso, para que el flujo de los mensajes pueda circular en ambos sentidos, si bien mayoritariamente lo haga de educador a educando.
- Interacción en el proceso, que suponga la posibilidad de modificación de los mensajes e intenciones según la dinámica establecida.
- Moralidad en la tarea, para rechazar tentaciones de manipulación.

En base a lo expresado se puntualiza a la comunicación educativa como un conjunto de actividades que denotan una interacción constante y que debe perdurar en las mejores condiciones entre las personas involucradas, puesto que el principal objetivo es que los alumnos aprendan las ciencias asignadas.

En este sentido, se puede mencionar que debe existir una evaluación o control constante para saber si el tipo de comunicación y sus características están causando los efectos requeridos, de modo que se encuentren falencias en los métodos pedagógicos para corregirlos y que la comunicación educativa obtenga sus propósitos.

#### **2.4.1.3.2. Tipos de comunicación**

Existen tres tipos de comunicación que ayuda a los seres humanos a comunicarse entre ellos:

- Directa e indirecta
- Recíproca y unilateral
- Privada y publica

#### **2.4.1.3.3. Directa e indirecta**

Según (Maletzke, 1992) plantea que: “Cada comunicación se realiza sea directamente, inmediata, sin intermediarios, cara a cara; o indirectamente, mediata, transmitida a través de una distancia de espacio, tiempo o de espacio-tiempo entre las partes de la comunicación” (p.27).

Por otra parte podemos comunicarnos con otras personas aunque no esten presentes físicamente o cerca de nosotros unos de los ejemplos son las redes sociales las cuales ya conocemos como son el twitter, messenger, facebook entre algunos otros los teléfonos celulares han reemplazado la comunicación cara a cara a este tipo de comunicacion existe un intermediario entre el emisor y el receptor, a esto se le conoce como comunicación indirecta.

#### **2.4.1.3.4. Recíproca y unilateral**

El autor plantea que las partes cambian continuamente sus roles ya sea tanto emisor y receptor, es decir que una parte continuamente envía el mensaje y la otra parte continuamente recibe el mensaje (p.30).

Este tipo de comunicacion es la ideal, el ejemplo más claro es la conversación personal donde los sujetos de la comunicación se vuelven comunicadores al estar en las posiciones de emisores receptores simultáneamente.

#### **2.4.1.3.5. Privada y pública**

Cuando la comunicación esta específicamente dirigido hacia una persona determinada o un grupo determinado es considerada como privada, para que la comunicación sea publica el mensaje va dirigido a cualquier tipo de personas sin ninguna excepción, es decir, que los receptores no estén delimitados por el informante y que la información que te enviado sea receptada de forma clara y concisa (p.31).

#### **2.4.1.3.6. Persuasión de la comunicación**

Es un proceso mediante el cual se transmiten información, ideas, actitudes o emociones por medio de signos enviados a través de un canal de comunicación, con la intención de persuadir.

Según Roiz (1996) trata que la comunicación persuasiva se caracteriza por la intención que el emisor produce en el receptor por modificar su conducta, ya sea llevándolo a consumir algún producto o marca, incentivándolo al consumo o inducirle a seguir algún movimiento, ya sea político o religioso.

La persuasión es un propósito consciente de formar, reforzar o cambiar actitudes, creencias, opiniones, percepciones o conductas de alguna persona o personas efectuado por otro individuo o grupo; esto es, consiste en influir sobre los demás para hacerlos pensar de un modo determinado, rechazar algo o adoptarlo, o inducirles a realizar una acción determinada.

Hoy en día toda comunicación es persuasiva, pues siempre se comunica con la intención de obtener determinado efecto. El mundo actual está lleno de comunicación persuasiva de toda clase y a toda escala, desde la publicidad comercial hasta la propaganda política. La propia esencia de la política consiste en "hablar" en interacción humana siempre persuasiva. Aun en las democracias mismas, la ciudadanía selecciona a sus gobernantes por medio de un ritual persuasivo llamado elecciones, en las cuales la comunicación de las campañas es el principal instrumento de persuasión.

#### **2.4.1.3.7. Estrategias de persuasión**

Las estrategias constituyen los modos de activar la operación persuasiva del emisor y de organizar el contenido del mensaje a partir de la definición del destinatario, del contexto discursivo, icónico y situacional. Durante este proceso persuasivo, el emisor negocia intencionalmente los marcos y contenidos del mensaje haciendo posible la representación del contenido y su formato lingüístico-discursivo e icónico.

Las estrategias constituyen los modos de activar la operación persuasiva del emisor y de organizar el contenido del mensaje a partir de la definición del destinatario, del contexto

discursivo, icónico y situacional. Durante este proceso persuasivo, el emisor negocia intencionalmente los marcos y contenidos del mensaje haciendo posible la representación del contenido y su formato lingüístico-discursivo e icónico.

De este modo, el emisor del mensaje lingüístico, a través de sus exponentes discursivos, reitera, especifica, generaliza, enumera, compara, contrasta, enfatiza, mitiga y refuerza el contenido del mensaje con recursos a menudo yuxtapuestos.

De ahí que se pueda decir que el mensaje publicitario es una clase de discurso fundamentalmente estratégico orientado a la obtención de metas instrumentales y de resultados pragmáticos que construyen modelos de valores en los que domina lo afectivo, lo subjetivo, lo eficaz, lo visible, lo positivo y lo negativo permitiendo al destinatario la identificación con lo simbolizado por el producto representado: el mundo de la juventud, la sofisticación, el prestigio y el éxito material, entre otros.

Según el portal <http://manual.inep.org/I/I-III.html> plantea diferentes estrategias para persuadir a una o varias personas, en la comunicación persuasiva existen diferentes estrategias utilizadas para tratar de influir en el receptor, cuya aplicabilidad y eficacia es contingente a las situaciones concretas a que se enfrente el comunicador; sin embargo, pueden constituir una fuente de orientación en el esfuerzo de persuasión. Entre estas estrategias pueden mencionarse las siguientes:

#### **2.4.1.3.7.1. Miedo**

Se pretende convencer mediante la amenaza de que algo malo ocurrirá, al receptor o a alguien amado o importante para él, si no se acepta la demanda.

#### **2.4.1.3.7.2. Intimidación**

Parecer peligroso puede ser un elemento de persuasión siempre que la gente crea en la posibilidad de represalias directas y de identificación de quien no se comporte de acuerdo con el llamado del emisor.



#### **2.4.1.3.7.3. Culpa**

Los sentimientos de culpa ayudan a aumentar la influencia de los mensajes. Cuando una persona se siente culpable, pone poca atención a la validez de un argumento. En ese momento es conveniente sugerir un curso de acción, ya que será seguido fácilmente como una forma de remover el sentimiento de culpa.

#### **2.4.1.3.7.4. Deuda**

Consiste en solicitar que se cumpla hoy la demanda en pago de favores recibidos en el pasado.

#### **2.4.1.3.7.5. Sinceridad**

Consiste en reconocer en primer lugar algo negativo y luego convertirlo en algo positivo, pues la sinceridad desarma. La "ley de la sinceridad" señala que cuando el emisor admite algo negativo, el receptor le reconocerá algo positivo. Toda afirmación negativa que el emisor haga sobre sí mismo es aceptada instantáneamente como una verdad. Las afirmaciones positivas, por el contrario, son consideradas, en el mejor de los casos dudosas. No se trata de ofrecer disculpas, sino de crear un beneficio que convencerá al receptor.

#### **2.4.1.3.7.6. Disonancia**

Consiste en crear sentimientos desagradables en el receptor y ofrecerle una solución, es decir una manera de reducir la disonancia causada. Así, la recompensa a la atención del llamado es la cesación de esa molestia.

#### **2.4.1.3.7.7. Ir contra uno mismo**

El emisor intenta parecer confiable dando la apariencia de que actúa en contra de sus propios intereses. Si el receptor cree que el emisor no tiene nada que ganar y tal vez algo que perder al convencer a la gente, entonces pensará que la fuerza de la verdad es tal que se impone aun a quien perjudica.

## **2.4.2. Conceptualización variable dependiente: consumo de drogas en estudiantes**

### **2.4.2.1. Consumo de drogas en estudiantes**

Según el diario el Telégrafo (2014) trata que hay factores de tipo personal, familiar y social involucrados en el consumo, y que pueden incidir aún más cuando la familia es disfuncional y no ha ayudado a que el menor tome decisiones asertivas, para los estudiantes los drogas en los establecimientos educativos cada vez son más accesibles y a precios muy bajos que oscilan entre los \$2,50 y \$ 3,00.

En 2013 una encuesta del Observatorio Nacional de Drogas (OND) reveló que 2 de cada 100 estudiantes de educación media consumen esporádicamente marihuana y menos del 1% podría estar abusando de la sustancia. Los estudiantes que dijeron consumir drogas, al ser consultados sobre dónde y cómo consiguen el alcaloide, el 18,3% señaló que le proporcionan ‘amigos’; el 18% dijo tener un proveedor; el 16,1% en la calle o alrededores de los colegios y el 7,4% al interior de su institución educativa.

El estudio ‘Niñez y Adolescencia desde la Intergeneracionalidad-Ecuador 2016’, publicado por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), reveló que el 48% de los adolescentes afirmó que hay drogas en los alrededores de los centros educativos.

# CONSUMO DE DROGAS EN ECUADOR

Análisis de la situación en 2015

**Más de 36.000** adolescentes de entre 12 y 17 años fueron entrevistados.

El **12,65%** dijo haber consumido drogas ilícitas. De ese porcentaje, el **39%** consumió más de una sustancia.

**EDAD PROMEDIO DEL PRIMER CONSUMO**

**Marihuana:** 14 años  
**Heroína o 'H':** 14 años  
**Cocaína:** 14 años  
**Pasta base de cocaína:** 14 años

## FRECUENCIA PROMEDIO DE CONSUMO (AL AÑO)



## Prevalencia de consumo por cantones

Los cantones donde el consumo de marihuana es más alto

Morona	15,27 %
Manta	13,34 %
Loja	12,75 %
Orellana	12,37 %

Los cantones donde el uso de heroína o 'H' es más alto

Santa Elena	6,71 %
La Libertad	6,37 %
Durán	5,00 %
Guayaquil	4,89 %

Los cantones donde el consumo de cocaína es más alto

Quevedo	3,36 %
Durán	3,24 %
Esmeraldas	3,15 %
Guayaquil	3,02 %

Los cantones donde el consumo de pasta base cocaína es más alto

Milagro	3,00 %
Guaranda	2,98 %

Imágen 1 Consumo de drogas en Ecuador

Fuente: MSP (2015)

Durante el estudio, se les consultó a estudiantes si consideran que dentro de las unidades educativas hay drogas. Los porcentajes subieron 2 puntos en la Amazonía, se mantuvieron en el mismo número en la Costa y bajaron 5 puntos en la Sierra.

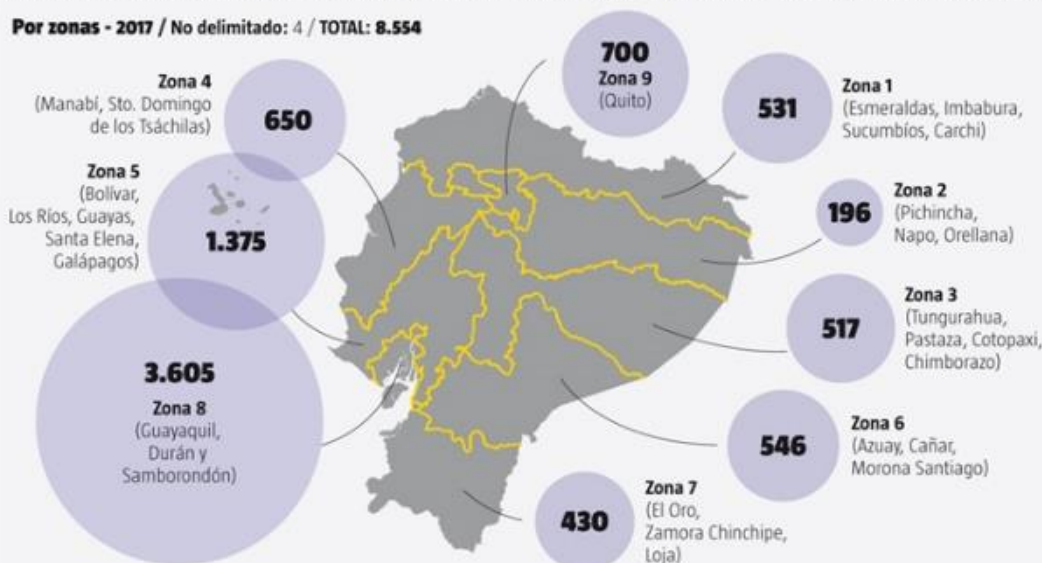
La droga más fácil de conseguir es la marihuana, así lo indicó el 15%. “Lo preocupante es que la segunda a la que pueden acceder con facilidad los y las adolescentes es la llamada ‘H’, el 8% dice que puede obtenerla”, consta en el informe.

## ATENCIÓNES POR CONSUMO DE DROGAS

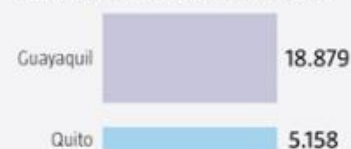
	2017 (de enero a mayo)	2016	2015
Ambulatorio		30.200	
Ambulatorio intensivo		10.162	
Hombres	7.172	33.625	17.380
Mujeres	1.377	6.726	3.574
* Intersex	5	11	
<b>TOTAL</b>	<b>8.554</b>	<b>40.362</b>	<b>20.954</b>

\* Géneros alternativos

Por zonas - 2017 / No delimitado: 4 / TOTAL: 8.554



Ciudades con más atenciones - 2016



Atenciones residenciales (internamiento) (En centros del Ministerio de Salud)

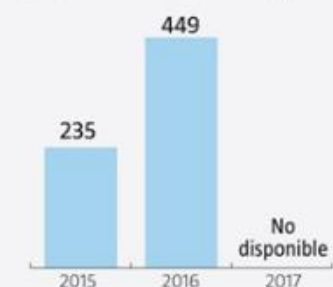


Imagen 2 Atenciones por consumo de Drogas

Fuente: MSP (2015)

### 2.4.2.1.1. Drogadicción

La drogadicción o drogodependencia, un tema que hoy en día es de gran importancia para nuestra sociedad, la drogadicción va en crecimiento a nivel nacional y mundial, siendo los jóvenes los más vulnerables en adoptar estas adicciones.

Según Colegio24hs (2004) trata que: “La drogadicción o drogodependencia o toxicomanía es el estado de alteración provocado por una reiteración continuada en el uso de una o varias drogas de las cuales resulta difícil prescindir” (p.7). Es una enfermedad que se obtiene por la dependencia de una o varias sustancias que afectan al sistema nervioso del ser humano.

Las causas que producen las adicciones son muchas y muy diversas, depende del contexto en donde se vive, problemas intrafamiliares entre otros.

“La adicción a las drogas ha sido descrita por un Comité especial de la Organización Mundial de la Salud (OMS) como: “Un estado de intoxicación periódica, perjudicial para el individuo y para la sociedad, producido por el consumo de una droga natural o sintética” (Noyes, Kolb 1975:934)”. (Valverde & Pochet, 2006, p.46).

Según el Instituto Nacional Sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (IAFA), trata que los grupos más vulnerables que se inician en el mundo de las drogas y la drogadicción son; los adolescentes y adultos jóvenes, la curiosidad es una causa principal que los incita a experimentar consumir estas sustancias, la misma que al no ser controlada a tiempo pueden convertirse en adictos. (Valverde & Pochet, 2006).

Según datos de Unicef, el 35% de los jóvenes entre 13 y 15 años asegura haber tomado alcohol en el último mes y el 17% fuma a diario. (Educación, 2017). Muchos jóvenes toman la decisión de ingerir estas sustancias por problemas familiares, ya sea por divorcio o porque en la mismo vínculo familiar lo practican.

La co-dependencia en cuando en la familia existe la presencia de un adicto activo, esto principalmente afecta a los hijos, aunque no consuman estas sustancias su cuerpo inconscientemente se está acostumbrando a inhalar y estar presente en el momento que el adicto activo este consumiendo. Con el pasar de los años no se hace nada extraño que que hijos o hijas de estas familias se vinculen efectivamente con otros adictos. (Valverde & Pochet, 2006)

#### **2.5.2.1. Tipo de drogas**

Las drogas se clasifican en legales e ilegales.

### **2.5.2.1.1. Drogas Legales**

#### **2.5.2.1.1.1. Tabaquismo**

El tabaquismo es una de las principales drogas legales que influyen en el comportamiento de una persona, el tabaquismo daña a la salud, al medio ambiente, te excluye en la sociedad y también trae problemas en lo económico.

Según Reyes (2009) trata que: “En la combustión del tabaco se producen miles de sustancias que a través del humo se transportan a los pulmones y que actúan sobre diferentes órganos y sistemas del organismo humano, básicamente del sistema respiratorio” (p.7). Esto afecta tanto al fumador pasivo y activo, el tabaquismo causa enfermedades en las vías respiratorias, bronquitis crónica y bronquiectasias como también impulsa al desarrollo de cual tipo de cáncer.

El INEC difundió las cifras este 31 de mayo del 2017 al conmemorarse el Día Mundial sin Tabaco. Según los datos publicados el consumo se ha reducido paulatinamente en el país. Así, en 1998 se registró un 9.5%; en 1999, un 8.2%; en el 2006, 5.0% y en el 2014 llegó al 2.8%. (Comercio, 2017). En nuestro país el tabaquismo va decreciendo con el pasar de los años de forma considerable, esto ayuda la tasa de mortalidad en nuestro país se alargue y que las nuevas generación no opten por consumir esta droga que está matando a miles de personas cada año a nivel mundial.

En cuento al ámbito económico, en vista de que el tabaquismo va decreciendo según EL COMERCIO (2017) dio a conocer que “El INEC informo que el gasto mensual promedio de cigarrillos en el Ecuador fue de USD 4 892 179, siendo en la región Sierra donde se consume más cigarrillo, con el 10.7% de la población...las estadísticas también indican que en todo el Ecuador, el 8.8% de la población mayor a 12 años consume cigarrillo. El hábito provoca que la principal enfermedad producida por el tabaco sea la bronquitis”.

La influencia de los padres es una de las causas principales para que los adolescentes a temprana edad comiencen a fumar, ya que hijos de padres fumadores son mucho más propensos a consumir, llevando así al joven adquirir enfermedades a largo plazo que son perjudiciales en un futuro.

### **2.5.2.1.1.2. Alcoholismo**

Según Reyes (2009) “Constituye un factor de riesgo vinculado con el estilo de vida y a las condiciones materiales de vida de las personas. Se asocian con grandes problemas de salud de tipos digestivos, neumológicos, cardiovasculares y otros. Además del daño anatomofisiológico que provoca se señala la repercusión que tiene en la familia, por ello es uno de los factores de riesgo más agresivo al actuar no solo sobre las personas que lo padecen, sino que tiende a desestabilizar las familias.”

Es decir, el alcoholismo es una enfermedad causada por el consumo repetitivo de bebidas alcohólicas, afectando de gran manera a la salud, el consumo excesivo de alcohol causa enfermedades como la cirrosis e hígado graso, también es el causante de miles de accidentes de tránsito que muchos de ellos causan la muerte las personas.

El autor identifica tres fases para que una persona se vuelva alcohólica.

“Agente: bebidas alcohólicas en sus diferentes variedades.

Ambiente: medio laboral o social que lo favorece, por necesidad, disponibilidad y publicidad de las bebidas alcohólicas.

Individuo susceptible o víctima: factores de susceptibilidad general de la personalidad, predisposición genética, etc”. (Reyes, 2009)

Mediante estos tres pasos se puede identificar que una persona es alcohólica, ya que dicha persona está dependiendo del alcohol y a la vez no tiene la capacidad o voluntad necesaria para dejar de beber.

El alcoholismo afecta a los adolescentes, dicha generación es muy vulnerable en cuanto a ingerir alcohol u otra sustancia psicotrópica, se han realizado varios estudios donde se puede evidenciar que hay muchos adolescentes involucrados con esta droga. De acuerdo a diario La HORA (2016) habla sobre:

Según la Organización Mundial de la Salud, existen unos 320.000 jóvenes de entre 15 y 29 años que mueren cada año por causas relacionadas con el consumo de alcohol. Además, el bebedor presenta daños físicos y psíquicos que no se pueden subsanar en forma acertada.

La principal causa de muerte en adolescentes es el alcohol, muchos de estos causados en accidentes de tránsito o por enfermedades como la cirrosis y complicaciones en el sistema nervioso central.

#### **2.5.2.1.2. Drogas Ilegales**

Según el diario Universo la marihuana y la llamada H serían las drogas que más fácilmente consiguen los jóvenes; la Costa y la Amazonía son las regiones en las que supuestamente es más visible la presencia de estupefacientes dentro de los centros educativos; y la zona urbana es donde los adolescentes habrían visto mayormente el consumo juvenil de sustancias adictivas.

Según el (Colegio24hs, 2004) plantea las siguientes drogas ilícitas más consumidas por los jóvenes estudiantes:

##### **2.5.2.1.2.1. Marihuana**

El cannabis, también conocido como marihuana, entre otros muchos nombres, es el psicoactivo o psicotrópico obtenido de la planta del cáñamo o Cannabis sativa utilizado con fines recreativos, religiosos y medicinales. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas, se trata de la sustancia ilícita más utilizada en el mundo. La regulación legal del cannabis es diferente en cada país, y existen tanto detractores como defensores de su despenalización.

##### **2.5.2.1.2.2. Cocaína**

La cocaína droga estimulante altamente adictiva que proviene de las hojas de la planta de coca (*Erythroxylum coca*). Es ilegal cultivarla, procesarla, venderla o consumirla. Aunque tiene un uso limitado y controlado como anestésico para algunos tipos de cirugía.

Este tipo de droga provoca síntomas como alteración del sentido del tiempo, cambios en el estado de ánimo como euforia y risa fácil, relajación, disminución del dolor, deterioro de la memoria, dificultad para resolver problemas, distorsión de los sentidos como mayor sensibilidad, falta de coordinación motora, entre otros.



#### **2.5.2.1.2.3. MDMA (Extasis)**

También conocido como “eme” o “éxtasis”, es una droga sintética cuyo auge comenzó en los 70 y 80. Poco a poco se fue ilegalizando en casi todos los países del mundo debido a sus peligros y consecuencias para la salud, ya que puede conducir a la muerte.

Cuando se consume con frecuencia, la cocaína provoca que las personas se sientan irritables, violentas, hostiles y paranoicas. Una vez que los efectos disminuyen o desaparecen, surge la reacción contraria: depresión, apatía y necesidad de consumir más.

#### **2.5.2.1.2.4. Heroína**

La heroína una de las drogas más potentes, ya que provoca gran dependencia física y psicológica en poco tiempo. Es un analgésico que se deriva de la planta “adormidera”, y funciona como depresor del sistema nervioso central. Los efectos que produce esta droga son: inmenso placer, euforia, falta de percepción del dolor, y fuerte sedación. Estos efectos van desapareciendo progresivamente a las 2 o 3 horas.

#### **2.5.2.2. Sustancias Psicotrópicas**

Las sustancias contenidas por los psicotrópicos y los estupefacientes son aquellas que actúan sobre el sistema nervioso central, ya sea excitándolo o deprimiéndolo. Para intentar aproximarse a un mínimo conocimiento sobre este tema, en principio deben tenerse en cuenta las siguientes definiciones:

- **Psicotrópico:** cualquier sustancia natural o sintética, capaz de influenciar las funciones psíquicas por su acción sobre el Sistema Nervioso Central (SNC).
- **Psicofármaco:** todo producto farmacéutico compuesto por sustancias psicotrópicas, utilizado como objeto del tratamiento de padecimientos psíquicos o neurológicos.
- **Estupefacientes:** toda sustancia psicotrópica, con alto potencial de producir conducta abusiva y/o dependencia (psíquica/física, con perfil similar a morfina, cocaína, marihuana, etc.), que actúa por sí misma o a través de la conversión en una sustancia activa que ejerza dichos efectos.

Según Payá, B., & Castellano, G. (2008) plantean algunos síntomas y manejo de intoxicación del abuso de las diferentes sustancias psicotrópicas:

Es en este mismo contexto, existe una clasificación dentro de las drogas de acuerdo a los efectos que produce, es decir, en términos populares y también llamados de acuerdo al tipo de droga, tales como: “bolada”, “angustia” “duro” “eléctrico”, entre otras denominaciones, siempre inventadas por el consumidor.

Es así que la clasificación por efecto, podemos mencionar a las alucinógenas, estimulantes y depresoras, pudiendo agregar una cuarta mención y que son las llamadas delirantes.

Las alucinógenas, también denominadas psicodélicas, psicotomiméticas, visionarias o enteógenas, su característica más peculiar es su capacidad para inducir visiones o alucinaciones, donde podemos nombrar por ejemplo la más conocida, el ácido lisérgico (LSD), pero la más popular la Cannabis Sativa.

Las drogas estimulantes, que son aquellas que intensifican la actividad cerebral, ocasionan un aumento en la agudeza mental, en la atención y en la energía, aumento de presión arterial y en la velocidad del corazón y en la respiración, siendo las más conocidas, el clorhidrato de cocaína y pasta base, esta última con una etapa de euforia que dura solo unos minutos y una etapa de disforia, con la conocida sensación de angustia.

Las depresoras que son aquellas que ralentiza el sistema nervioso central y que son utilizados en medicina como ansiolíticos, analgésicos, sedantes o somníferos, pero con fines no terapéuticos como drogas lúdicas o de abuso, pudiendo citar por ejemplo el alcohol, cuyo consumo es legal, tranquilizantes y barbitúricos, estos últimos de elaboración sintética (fármacos).

### **2.5.2.3.Efectos sobre la salud**

Las drogas pueden producir diferentes efectos placenteros, excitantes e incluso alucinógenos, pero su consumo también provoca consecuencias graves para la salud de los consumidores y para su funcionamiento social.

Francia, Ramírez, & Albert (2008) plantean diferentes efectos o enfermedades que causan las drogas en el organismo, ya sea circulatorio, digestivo, nervioso, endocrino, a continuación se detalla los siguientes efectos:

Problemas en el SNC (Sistema Nervioso Central) tales como la ansiedad, irritabilidad, conductas violentas, dolores de cabeza, vértigos, temblores, insomnio, trastornos de la atención, memoria y aprendizaje, percepción distorsionada de la realidad, dificultad para pensar y resolver problemas enlentecimiento mental afectación del equilibrio dificultad para quedarse dormido y/o pesadillas (p.26).

Los problemas cardiovasculares son habituales con el consumo prolongado de la gran mayoría de drogas, pues estas sustancias alteran el funcionamiento normal del corazón. Mientras algunos fármacos provocan una actividad muy alta de este órgano, otras hacen todo lo contrario. En ambos casos se produce una variación de la presión arterial. Abusar de las drogas puede conducir a ataques cardíacos, infecciones en los vasos sanguíneos y otros problemas cardiovasculares.

El consumo de drogas causa mayor riesgo a sufrir enfermedades respiratorias como la neumonía. Los efectos secundarios de algunas drogas incluyen dolores en el pecho y los pulmones o depresión respiratoria. Además, el consumo de drogas como el tabaco o la cocaína pueden causar serios problemas de salud pulmonar. Los problemas de ansiedad e insomnio son algunos de los problemas psicológicos que pueden experimentar los consumidores de droga. En otros casos, además, pueden sufrir trastornos más serios como la esquizofrenia o el trastorno paranoide. El Síndrome de Wernicke-Korsakoff, que es un trastorno cerebral debido a la falta de vitamina B1 (también llamada tiamina), suele asociarse al alcoholismo.

La adicción es una de las consecuencias del consumo de drogas, y es lo que lleva a las personas a volver a consumir estas sustancias que provocan un efecto inicialmente agradable sobre el sistema nervioso. Las drogas afectan de manera notable al sistema de recompensa cerebral, que está involucrado en las conductas placenteras (por ejemplo, el

sexo) y que el cerebro se encarga de que volvamos a repetir debido a su función de supervivencia.

En el caso de las drogas duras, esta adicción puede provocar que una persona haga lo que esté en sus manos para obtener la sustancia que tanto quiere. por ejemplo, robar o tener relaciones sexuales por dinero o por una dosis.

El consumo de drogas es peligroso y puede causar daños irreparables para la salud de los sujetos que hacen uso de estas sustancias. Son muchos los casos en que las dosis que se consumen son excesivas, lo que provoca serios problemas para la persona. En algunos casos la sobredosis simplemente puede hacer pasar un mal rato, al provocar náuseas, vómitos, dolor de cabeza e incluso alucinaciones (dependiendo del tipo de sustancia psicoactiva). Los síntomas de la sobredosis mencionados en el caso anterior son los menos graves, pero, en otras situaciones, la sobredosis puede llevar a la hospitalización del paciente, al coma e incluso la muerte.

#### **2.5.2.3.1. Otros efectos negativos sobre la salud**

- Favorece el nacimiento con bajo peso
- Abortos repetidos
- Acortamiento del ciclo menstrual
- El rechazo familiar y social convertirse en un guñapo humano
- Desarrollar conductas delictivas, terminar en la cárcel o la muerte (p.29).

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

Para la presente investigación se utilizara el enfoque de carácter cualitativo y cuantitativo.

##### **3.1.1. Enfoque cuantitativo**

Sampieri et al. (2003) afirma que el “enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” (p.10). Este enfoque va dirigido principalmente a los estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Guayaquil mediante la aplicación de una encuesta, ya que permite recabar información relevante acerca de los hábitos de consumo de drogas y motivos por los cuales los estudiantes ingieren estas sustancias.

##### **3.1.2. Enfoque Cualitativo**

El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación. Sampieri et al. (2003).

Esta parte de la investigación va dirigida a docentes y psicólogos del establecimiento, se utilizara un cuestionario en forma de entrevista que aborden temas sobre la drogadicción juvenil, principales causas que llevan a un estudiante a consumir drogas y su influencia en el desempeño académico, esto ayudara aclarar de mejor manera el problema mediante los diversos puntos de vista y criterios de los docentes y psicólogos entrevistados.

#### **3.2. Modalidad de la Investigación**

##### **3.2.1. Investigación de campo**

Herrera, Medina y Naranjo (2004) la investigación de campo también llamada investigación in situ, el investigador se dirige de forma directa para interactuar con el objeto de estudio, mediante esta investigación se analizara los comportamientos de los estudiantes en su entorno natural, es decir, el investigador mediante la técnica de observación se tomara fotos, videos y apuntes, sobre las formas de comunicación entre estudiantes, lugares con

mayor frecuencia de estudiantes, dialectos entre estudiantes, alimentación, que tipo de música escucha en el momento del receso, cuales son sus actitudes frente a un profesor y frente a sus compañeros.

Esta observación será de tipo participativa ya que se realizaran conversaciones con los estudiantes abordando el tema de la drogadicción, esto ayudara para que el investigador pueda obtener información sobre que piensa el estudiante de las drogas, cuál es su punto de vista y que actitudes toman al momento de hablar sobre este tema.

### **3.2.2. Investigación documental-bibliográfica**

Herrera *et all.* (2004) refieren que la investigación documental-bibliografía ayudara a profundizar de mejor manera las diferentes teorías planteadas anteriormente en la investigación y tener una mejor fundamentación sobre el problema, para la aplicación de esta investigación, se ayudara de tesis almacenadas en el repositorio de la Universidad que aborden temas de la drogadicción en jóvenes, encuestas realizadas por el CONSEP y SETED en cuanto al consumo de drogas en adolescentes o estudiantes y casos encontrados en la Unidad Educativa sobre el consumo de drogas.

## **3.3. Nivel de Investigación**

### **3.3.1. Metodología Descriptiva**

Según el nivel de conocimiento de la investigación, se utilizara la metodología descriptiva, según Arias (2012) refiere que consiste en observar y analizar los comportamientos del objeto de estudio, se aplicará instrumentos de recopilación de datos para determinar patrones de comportamiento. La aplicación de las encuestas, entrevistas y la técnica de observación, aplicadas a estudiantes, docentes y psicólogos de la Unidad Educativa Guayaquil ayudara a entender la situación del problema de mejor manera, gracias a la información obtenida mediante los distintos instrumentos.

## **3.4. Población y muestra**

Según Arias (2012) la población es el conjunto finito o infinito de elementos o grupo de individuos a los cuales se pretende investigar, para la investigación se tomara como

referencia a estudiantes de bachillerato, docentes, autoridades, psicólogos de la Unidad Educativa Guayaquil.

*Tabla 1:*

*Pregunta de Investigacion para determinar la unidad de análisis*

Pregunta de Investigación	Unidad de Análisis
¿Conoce sobre casos de drogadicción de amigos cercanos o familiares?	Estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Guayaquil.
¿Cómo influye el consumo de drogas en el desempeño estudiantil?	Psicólogos encargados del departamento DECE y docentes.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

e= margen de error admitido 5% (0,05)

n= resultado de la muestra

N= población (936 estudiantes)

Z= nivel de confianza 95% (1,96)

p= probabilidad de ocurrencia (0,5)

q= probabilidad de no ocurrencia (0,5)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(936)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + (936)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{898,9344}{0,9604 + 2.34}$$

$$n = \frac{898,9344}{3,3004}$$

$$n = 272 \text{ encuestas}$$



### 3.5. Operacionalización de variables

**Variable Independiente:** Comunicación Visual

Tabla 2:

*Variable Independiente: Comunicación Visual*

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Se trata de la comunicación que se realiza a través de un medio visual y se describe como la transmisión de ideas e información en formas que se pueden percibir total o parcialmente con la vista.	Sistemas comunicacionales  Canales de comunicación	Medios Impresos  Medios digitales  Formal  Informal	¿Crees que la Comunicación Visual ayude a prevenir el consumo de drogas en los estudiantes?  ¿Existen medios impresos que informen sobre la drogadicción juvenil en tu Unidad Educativa?  ¿Qué tipos de medios impresos (afiches, dípticos, trípticos, flyers, etc.) has recibido sobre la drogadicción juvenil?  ¿Crees que aplicar medios digitales en redes sociales ayude a disminuir la drogadicción juvenil?  ¿Considera que la transmisión de información sobre el uso de drogas para los estudiantes sea directa o indirecta? <i>Docentes, Autoridades</i>	<b>Técnicas:</b> Recopilación de información Encuestas Entrevistas  <b>Instrumento:</b> Cuestionario Esferográfico Papel Cámara fotográfica

	Comunicación		¿Considera que la aplicación de la comunicación visual ayude a disminuir el consumo de drogas en los estudiantes? <i>Docentes, Autoridades</i>	
--	--------------	--	--	--

**Variable Dependiente:** Consumo de drogas en estudiantes

Tabla 3:

Variable Dependiente: Consumo de drogas en estudiantes

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Es el uso indebido de sustancias psicotrópicas (alcohol, tabaco, marihuana, cocaína, éxtasis, etc.) que dañan al organismo, existen varios factores que conllevan a los adolescentes a consumir dichas sustancias como es la	Tipos de drogas  Drogadicción	Drogas legales  Drogas ilegales	¿Te han ofrecido cualquier tipo de droga? ¿Has consumido algún tipo de droga? ¿Sabes que tipos de drogas existen? ¿Has visto consumir droga, alcohol, tabaco cerca de tu colegio? ¿Conoce algún alumno que consuma droga con frecuencia? <i>Docentes, Autoridades</i>	<b>Técnicas:</b> Recopilación de información Encuestas Entrevistas  <b>Instrumento:</b> Cuestionario

<p>baja autoestima, la depresión, problemas familiares.</p>	<p>Sustancias psicotrópicas</p>	<p>Tipos de adicciones</p> <p>Codependencia</p> <p>Drogodependencia</p> <p>Prevención</p> <p>Rehabilitación</p> <p>Efectos sobre la salud</p>	<p>¿Se han reportado casos de alumnos con sustancias psicotrópicas dentro del establecimiento? <i>Docentes, Autoridades</i></p> <p>¿Existe algún docente o profesional dedicado para este problema en específico? <i>Docentes, Autoridades</i></p> <p>¿Sabe las causas del porque los estudiantes consumen drogas? <i>Docentes, Autoridades</i></p>	<p>Esferográfico</p> <p>Papel</p> <p>Cámara fotográfica</p>
---	---------------------------------	---	---	---

## CAPÍTULO VI

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de los resultados

##### 4.1.1. Encuestas

##### 1.- Edades de estudiantes encuestados

##### Análisis e interpretación de resultados

De 272 estudiantes encuestados en la Unidad Educativa Guayaquil el 46% tienen 16 años, seguido del 21% tienen 17 años, en porcentajes bajos podemos observar alumnos que tienen de 18 hasta 22 años. Gracias a los valores obtenidos podemos tener varias opiniones sobre el uso de estas sustancias, la mayoría de estudiantes aún son menores edad que aún están empezando a formarse como personas, es decir, que aún no tienen un criterio formado, los cuales están más prestos a recibir una sanción por parte tanto de la unidad educativa como también por la parte legal, mientras que en un ligero porcentaje hay estudiantes que ya son mayores de edad con un criterio casi formado.

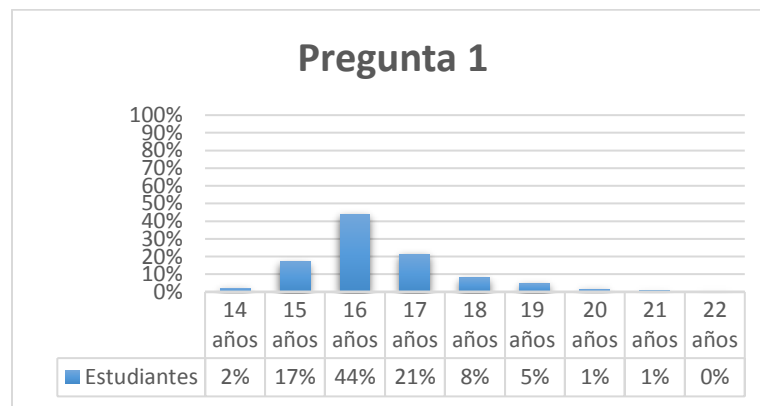


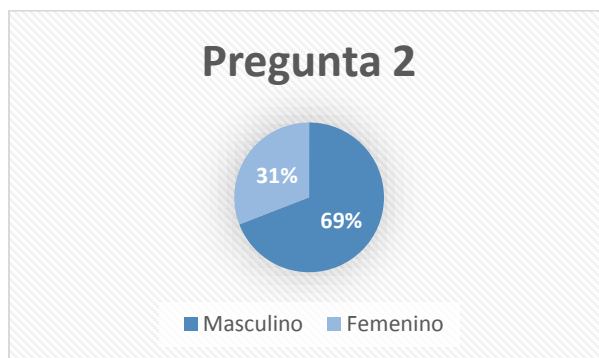
Gráfico 5 Tabulacion encuestas: Pregunta 1

##### 2.- Genero

##### Análisis de resultados e interpretación de resultados:

De 272 estudiantes encuestados el 69% que corresponden a 188 estudiantes pertenecen al género masculino, mientras que el 31% que corresponde a 84 estudiantes pertenecen al género femenino.

Gracias a esta pregunta podemos analizar los dos tipos de género, tanto masculino y femenino, ya que el consumo de drogas no solo afecta a solo estudiantes hombres o solo ha estudiantes mujeres.



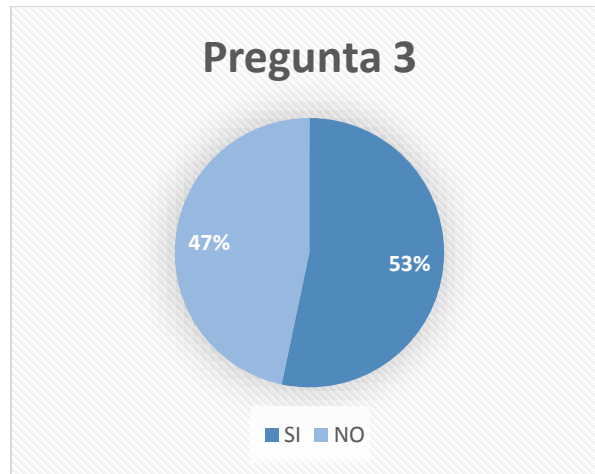
*Gráfico 6 Tabulacion encuestas: Pregunta 2*

### **3.- ¿Has probado alcohol, cigarrillo o marihuana?**

#### **Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

El objetivo de esta pregunta era conocer cuántos estudiantes de bachillerato han probado algún tipo de sustancia psicoactiva como es el alcohol, cigarrillo o marihuana, una vez aplicada la encuesta se pudo dar cuenta que un poco más de la mitad de estudiantes si han probado dichas sustancias.

Gracias a los resultados arrojados en esta pregunta podemos tener una clara idea que si existe el problema del consumo de drogas, esta pregunta es clave para el momento de plantear la solución para este problema.



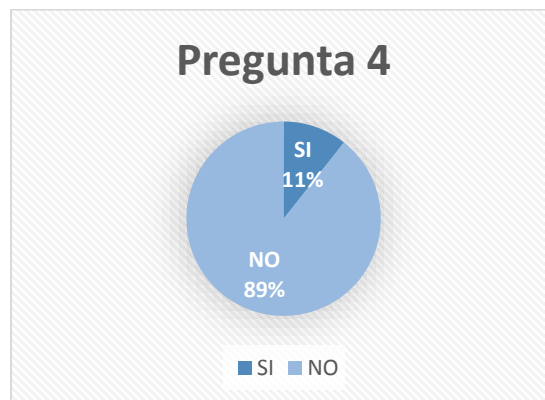
*Gráfico 7 Tabulacion encuestas: Pregunta 3*

#### **4.- ¿Consumes drogas (marihuana, cocaína, creepy, etc.) cuándo sales con tus amigos?**

##### **Análisis de resultados e interpretación de resultados**

De los estudiantes encuestados el 11% si consumen drogas cuando salen con sus amigos, mediante esta pregunta podemos darnos cuenta que pocos estudiantes consumen drogas.

Hay diferentes factores que inducen al estudiante a consumir drogas, uno de ellos es la presión social, querer ser parte de un determinado hace que el estudiante opte por consumir drogas.



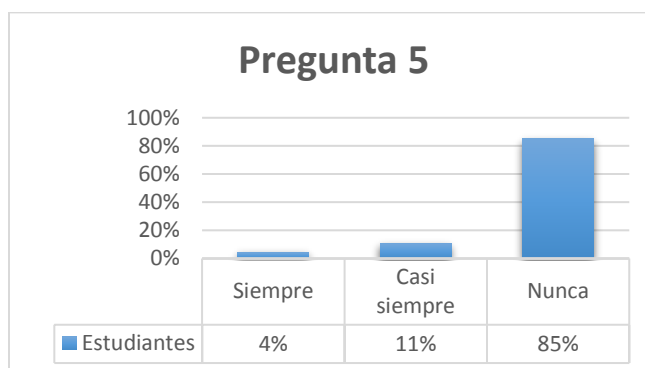
*Gráfico 8 Tabulacion encuestas: Pregunta 4*

#### **5.- ¿Con que frecuencia consumes drogas?**

##### **Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

El objetivo de esta pregunta era saber cuántos estudiantes tiene algún tipo de adicción, se puede dar cuenta que un minino porcentaje de estudiantes consumen drogas con frecuencia.

Hay un ligero número de estudiantes que necesitan saber las problemas que conllevan el uso de estas sustancias y a su vez la misma información puede ayudar al resto de los estudiantes a reforzar su conocimiento sobre el uso de las drogas.



*Gráfico 9 Tabulacion encuestas: Pregunta 5*

#### **6.- ¿Puedes conseguir drogas fácilmente cerca de tu establecimiento?**

##### **Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

El objetivo de esta pregunta era para saber con qué facilidad el estudiante puede conseguir drogas cerca del establecimiento, hay un ligero porcentaje de estudiantes que aseguran poder conseguir drogas por los alrededores del colegio.

Esto nos hace pensar que el colegio no es tan seguro como se cree, entonces sería factible la aplicación de piezas publicitarias tanto de forma interna como de forma externa, con esto lograremos que la información se expanda a los alrededores del colegio para generar mayor conciencia.



Gráfico 10 Tabulacion encuestas: Preguntas 6

**7.- ¿Cuánto conocimiento tienes sobre las drogas y del daño que éstas pueden ocasionar?**

**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

De los estudiantes encuestados el 56% que corresponde a 152 estudiantes tienen mucho conocimiento sobre las drogas y del daño que producen, mientras que el 40% que corresponde a 109 estudiantes tienen poco conocimiento y un 4% que corresponde a 11 estudiantes no tienen conocimiento sobre las drogas y del daño que producen.

Se puede observar que la mayoría de estudiantes tienen bastante conocimiento sobre las drogas y del daño que están produciendo, no obstante se puede reforzar el conocimiento de los estudiantes con diferentes temas que aborden las drogas como, prevención, rehabilitación causas y consecuencias.

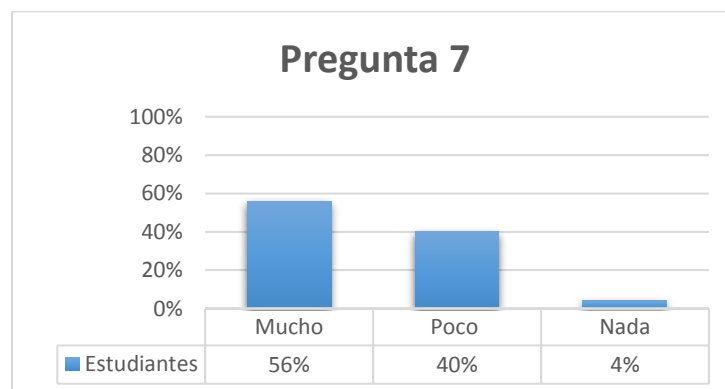


Gráfico 11 Tabulacion encuestas: Preguntas 7



**8.- ¿Existe algún miembro de tu familia que consuma algún tipo de droga legal como cigarrillo, alcohol o tranquilizantes?**

**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

En la pregunta planteada se puede observar que la mitad de estudiantes encuestados tienen algún miembro de su familia que ingiere algún tipo de droga legal, por lo tanto como el estudiante ve que consumir algún tipo de droga es normal en su familia, el opta por consumirla sin ningún problema.

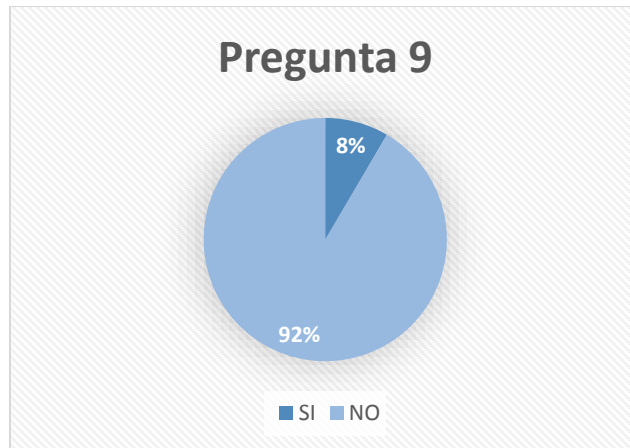


*Gráfico 12 Tabulacion encuestas: Pregunta 8*

**9.- ¿Piensas que consumir drogas ayuda a solucionar tus problemas?**

**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

El objetivo de esta esta pregunta era saber cuántos estudiantes tienen ya un criterio formado, se puede observar que hay un ligero porcentaje de estudiantes que consumen drogas para solucionar sus problemas sean estos familiares o estudiantiles, la mayoría de estos casos también lo hacen por integrarse o ser parte de algún tipo de grupo determinado.



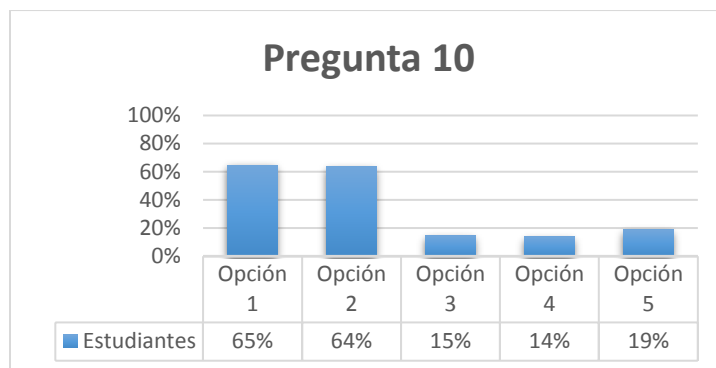
*Gráfico 13 Tabulación encuestas: Pregunta 9*

**10.- ¿Cuál es tu opinión sobre algunas afirmaciones acerca de las drogas?**

1. Las drogas hacen daño
2. Las drogas producen problemas familiares
3. Las drogas aumentan las sensaciones sexuales
4. Las drogas me hacen olvidar de mis problemas
5. Fumar marihuana es menos dañino que fumar cigarrillo

**Análisis de resultados e interpretación de resultados**

Corroborando con la pregunta anterior la mayoría de estudiantes de estudiantes tienen ya un criterio formado sobre las causas y consecuencias del uso de drogas, mientras que hay un ligero porcentaje de estudiantes que piensas que las drogas no causan daño, entonces hay un ligero grupo de estudiantes que necesitan de mensajes visuales que ayuden a entender de mejor manera que las drogas son dañinas por cualquier, mientras que a los demás estudiantes se va reforzar su criterio.

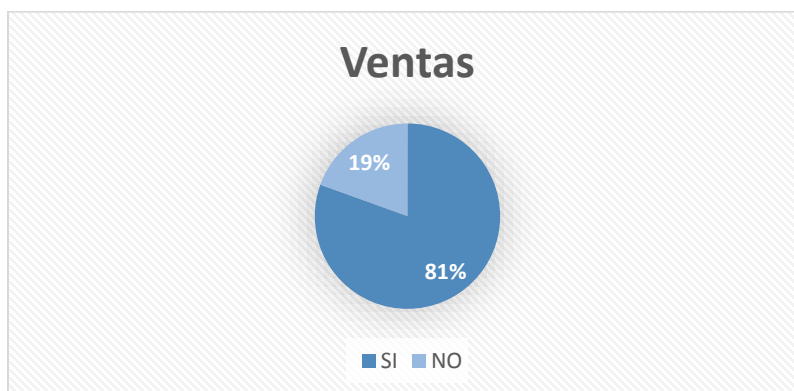


*Gráfico 14 Tabulacion encuestas: Pregunta 10*

### **11.- ¿Has recibido información sobre la drogadicción juvenil?**

#### **Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

Se puede observar que la mayoría de estudiantes han recibido información sobre la drogadicción juvenil pero hay un porcentaje considerable que no han recibido información, gracias a la pregunta planteada podemos darnos cuenta que en el establecimiento educativo hace falta más información sobre la drogadicción y también que la misma ayude a reforzar el conocimiento de los demás estudiantes sobre los problemas que conlleva consumir estas sustancias.

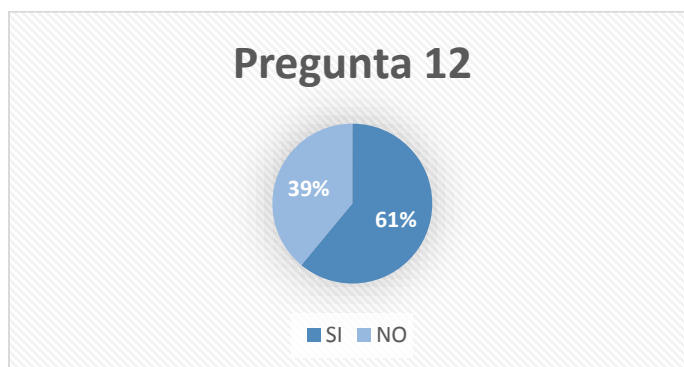


*Gráfico 15 Tabulacion encuestas: Pregunta 11*

### **12.- ¿Crees que Facebook, Instagram, YouTube ayuden a prevenir el consumo de droga en los estudiantes?**

#### **Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

Se puede observar que la mayoría de estudiantes piensan que utilizar las redes sociales sirve como ayuda para prevenir el consumo de drogas en estudiantes, gracias a esta pregunta podemos plantearnos una propuesta que utilice las redes sociales como medio para prevenir el consumo de drogas en estudiantes, ya que estamos en la era de la tecnología y casi la mayoría de estudiantes tienen un teléfono inteligente.



*Gráfico 16 Tabulación encuestas: Pregunta 12*

#### **4.1.2. Entrevistas**

Para el desarrollo de las entrevistas se realizó dos tipos de entrevistas tanto para docentes como para expertos psicólogos que trabajan en la institución, esto se lo realizó para tener criterios tanto en la parte académica como en la parte psicología del estudiante que está consumiendo drogas.

##### **4.1.2.1. Entrevistas de docentes**

###### **4.1.2.1.1. Primera entrevista**

###### **1.- Nombre y cargo que desempeña en la Institución.**

Licenciado Geovanny Silva Ortega

###### **Sub inspector general jornada matutina**

###### **2.- ¿Cuántos años está trabajando en la Institución?**

Llevo trabajando en la institución aproximadamente 28 años.

**3.- ¿Ha detectado en el aula a estudiantes con síntomas de haber ingerido algún tipo de droga?**

Se han detectado estudiantes que han ingerido alcohol y marihuana.

**4.- ¿Cuántos casos se han presentado en el presente año lectivo de estudiantes que consumen drogas?**

En el presente año lectivo 2017-2018 realmente el índice de drogadicción ha bajado en la institución, estamos con unos 10 casos que realmente se han detectado pero que viene a ser solamente consumo.

**5.- ¿Cuál es el tipo de droga más consumida por los estudiantes?**

El tipo de droga que más consumen los estudiantes es la marihuana, es fácil de detectar a estudiantes que estén bajo el efecto de la marihuana, se puede detectar en la palidez de su rostro, sus ojos son rojizos.

**6.- ¿Cómo es el rendimiento de los estudiantes con problema de consumo de drogas a nivel educativo?**

De los 10 casos encontrados, hay dos estudiantes que son agresivos que de pronto no les gusta acatar las disposiciones, se ven reacios a traer a representantes, mientras tanto que los otros jóvenes son más dóciles se puede llegar a ellos saben escuchar son bastante manejables.

Ventajosamente ahorita las políticas de Educación por el convenio con el Ministerio de salud pública permite de cada mes se les permitió hacer un examen médico para ver hasta qué punto están cumpliendo en el dejar el consumo de estas sustancia prohibidas.

**7.- ¿Se ha incrementado el consumo de drogas en este establecimiento comparándolo con años anteriores?**

En el presente lectivo los casos de consumo de drogas en estudiantes se han reducido a comparación de años anteriores.

**8.- ¿Han detectado proveedores de drogas alrededor o dentro de la institución?**

Ventajosamente ya no existe aquí la distribución como era en años anteriores.

**9.- ¿Existe algún tipo de restricción para que cualquier persona pueda entrar al establecimiento?**

Le comento que estamos 15 días sin conserje permanente la puerta, pero de inicio el año prácticamente trabajamos como dos meses y medio con el conserje permanente en la puerta que no permite el ingreso de personas extrañas a la institución a excepción de los días jueves que tenemos la atención a padres de familia de 1:30 a 3 de la tarde, entre semana o día menos el jueves podría ingresar los padres de familia siempre y cuando tengan una convocatoria de un profesor o del DECE está totalmente prohibido el ingreso a gente extraña.

**10.- ¿Existe piezas publicitarias con información sobre la drogadicción en el establecimiento?**

Tenemos varias piezas publicitarias en el establecimiento que han sido hechas por los mismos estudiantes en el área de participación estudiantil de años anteriores.

**11.- ¿Le gustaría contar con la ayuda de un material impreso enfocado a la prevención y orientación sobre el consumo de drogas?**

Todo material que nos venga será de gran ayuda para los muchachos, ya que hoy en día es un problema social que se está incrementando considerablemente en las diferentes instituciones a nivel de la provincia y del país.

**4.1.2.1.1. Análisis de la primera entrevista**

Una vez terminada la entrevista al Licenciado Geovanny Silva pudimos darnos cuenta que en la institución si hay claro número de estudiantes con este problema de consumo de drogas, según el entrevistado el consumo de drogas en el presente año lectivo ha bajado con respecto a los años anteriores, teniendo en cuenta lo dicho por el entrevistado la aplicación de la comunicación visual en el establecimiento va a generar que el alumnado tome conciencia sobre el uso de drogas y podamos reducir aún más el porcentaje de estudiantes que consumen estas sustancias, en los que va del presente año lectivo son 10 casos que se han presentado, cifra que con la aplicación de la comunicación visual podemos reducirla.

La marihuana es el tipo de droga que más consumen los estudiantes, dichos estudiantes son fáciles de detectarlos por su palidez en el rostro y sus ojos rojizos, este dato es muy importante para el momento de realizar la propuesta ya que sabemos a que droga vamos atacar mediante soluciones gráficas.

En cuanto a la parte académica el entrevistado nos pudo manifestar que los estudiantes que consumen estas sustancias tienen un rendimiento bajo a comparación de los demás estudiantes, el uso de estas sustancias mata las neuronas que tenemos en nuestro cuerpo, parte fundamental para la concentración y retención de información.

El libre acceso al establecimiento es otro punto perjudicial para el estudiante, ya que no todas las personas que entran al establecimiento son padres de familia que llegan a preguntar sobre el rendimiento académico del estudiante, existen otras personas que se hacen pasar por padres de familia para vender estas sustancias, para este tipo de problemas lo que se pretende es aplicar un sistema de vigilancia riguroso en el momento del ingreso de los padres de familia al establecimiento.

Existen piezas publicitarias expuestas en el establecimiento, muchas de estas piezas publicitarias son realizadas por los mismos estudiantes las cuales no tienen una estructura, no trabajadas con ningún concepto, el establecimiento es muy grande tiene muchos espacios donde existe mayor afluente de estudiantes donde podemos implementar piezas publicitarias con el objetivo de concientizar a los estudiantes sobre el consumo de estas drogas.

#### **4.1.2.1.2. Segunda Entrevista**

##### **1.- Nombre y cargo que desempeña en la Institución.**

Licenciada Leonardo Alarcón

Docente en el área de Mecánica Industrial

##### **2.- ¿Cuántos años está trabajando en la Institución?**

Llevo trabajando en la institución 25 años

**3.- ¿Ha detectado en el aula a estudiantes con síntomas de haber ingerido algún tipo de droga?**

Lógicamente, en el trabajo diario que realizamos, nosotros conocemos a los estudiantes y sabemos el comportamiento, de forma visual identificamos a los estudiantes que están bajo el efecto de las drogas.

**4.- ¿Cuántos casos se han presentado en el presente año lectivo de estudiantes que consumen drogas?**

En el presente año se han presentado ocho casos específicos.

**5.- ¿Cuál es el tipo de droga más consumida por los estudiantes?**

De los dos casos anteriormente mencionados se han detectado que consumen marihuana y creppy.

**6.- ¿Cómo es el rendimiento de los estudiantes con problema de consumo de drogas a nivel educativo?**

El rendimiento es un 30% de su actividad normal, se reduce todo lo que es la motricidad, su actividad cognitiva y su actividad física

**7.- ¿Se ha incrementado el consumo de drogas en este establecimiento comparándolo con años anteriores?**

Se ha incrementado en un 40% de estudiantes que consumen drogas a comparación de años anteriores.

**8.- ¿Han detectado proveedores de drogas alrededor o dentro de la institución?**

Se han detectado dentro y fuera de la institución, dentro de la institución se camuflan como padres de familias o hermanos de estudiantes.

**9.- ¿Existe algún tipo de restricción para que cualquier persona pueda entrar al establecimiento?**



Realmente es un caos total, en el ingreso de personas tanto allegadas a la institución como ajenas a la institución, como hay tantos niveles de formación escolar, no se puede controlar las personas que ingresan al establecimiento.

**10.- ¿Existe piezas publicitarias con información sobre la drogadicción en el establecimiento?**

Si hay muchos rótulos que se han realizados por los mismos estudiantes de la institución.

**11.- ¿Le gustaría contar con la ayuda de un material impreso enfocado a la prevención y orientación sobre el consumo de drogas?**

Claro, pienso que el material publicitario sería muy importante ya que ayuda al estudiante en cuanto a la manera de pensar acerca del consumo de drogas.

**4.1.2.1.3. Análisis de la segunda entrevista**

La entrevista fue planteando al Licenciado Leonardo Alarcón, docente del área de mecánica industrial, lleva trabajando 25 años en la institución, el profesor afirma que pudo evidenciar a diferentes estudiantes que han ingerido algún tipo de drogas.

El entrevistado nos pudo manifestar que en el presentado año lectivo pudo evidenciar ocho casos específicos, casi los mismo casos de la primera entrevista, estas cifras nos da entender que el establecimiento si existe este problema social que es la drogadicción y que con la aplicación de la comunicación visual podemos llegar a los estudiantes a que no consumas estas sustancias y así poder reducir estos casos encontrados.

La marihuana sigue siendo la droga que más consumen los estudiantes, este problema podemos encararlo por medias de piezas graficas que proporcionen información necesaria al estudiante sobre los problemas que conllevan la utilización de estas sustancias, el profesor habla que hay un aumento del 40% de estudiantes que consumen drogas a comparación de años anteriores.

Las piezas publicitarias que hay en el establecimiento no ayudan al estudiante ya que son realizados por ellos mismos, la implementación de un buen material publicitario sería de gran ayuda para el estudiante ya que cambiaría su forma de pensar acerca de las drogas.

#### **4.1.2.1.4. Tercera Entrevista**

##### **1.- Nombre y cargo que desempeña en la Institución.**

Licenciada Henry Condo docente de mecanizado y construcciones metálicas

##### **2.- ¿Cuántos años está trabajando en la Institución?**

Llevo trabajando en la institución 19 años

##### **3.- ¿Ha detectado en el aula a estudiantes con síntomas de haber ingerido algún tipo de droga?**

Si se les detecta, la mayoría de estudiantes presentan síntomas como ojos rojos y la mirada perdida.

##### **4.- ¿Cuántos casos se han presentado en el presente año lectivo de estudiantes que consumen drogas?**

En el presente año de los curso con los que trabajos se han detectado 6 estudiantes, 2 estudiantes de primero de bachillera y los 4 restantes de tercero de bachillerato.

##### **5.- ¿Cuál es el tipo de droga más consumida por los estudiantes?**

Generalmente se les detecta a los estudiantes consumiendo marihuana.

##### **6.- ¿Cómo es el rendimiento de los estudiantes con problema de consumo de drogas a nivel educativo?**

Es muy bajo, en relación con los demás estudiantes en demasidamente bajo, casi en todas las áreas en cuanto a la parte física e intelectual.

##### **7.- ¿Se ha incrementado el consumo de drogas en este establecimiento comparándolo con años anteriores?**

Si existe mayor incremento, considerando también que los estudiantes tienen a disposición en la calle esos tipos de sustancias.

**8.- ¿Han detectado proveedores de drogas alrededor o dentro de la institución?**

Si hay estudiantes que dentro de la institución venden estas sustancias y también fuera de la institución hay dos personas ajenas a la institución que venden drogas, pero la policía ya está al tanto pero de ahí no pasa.

**9.- ¿Existe algún tipo de restricción para que cualquier persona pueda entrar al establecimiento?**

La restricción es poca, lo único que le piden para ingresar al establecimiento es la cedula de ciudadanía pero debido a la cantidad de estudiante que tenemos en la institución la restricción es casi nula, es decir cualquier persona puede ingresar sin ningún problema.

**10.- ¿Existe piezas publicitarias con información sobre la drogadicción en el establecimiento?**

Existen varias piezas publicitarias hechos por los mismos estudiantes que no son tomados en cuenta por el hecho que no tienen una fundamentación por el simple hecho que realizan los mismos estudiantes más por pasar el año que por hacer conciencia.

**11.- ¿Le gustaría contar con la ayuda de un material impreso enfocado a la prevención y orientación sobre el consumo de drogas?**

Sería muy bueno ya que aporta al conocimiento del estudiante, más que todo que sean ubicados en lugar muy estratégicos por donde circulan la mayoría de estudiantes.

**4.1.2.1.5. Análisis de la tercera entrevista.**

El profesor entrevistado plantea que existen 12 casos de estudiantes que consumen drogas, volvemos a corroborar que si existe el problema social y que debemos atacarlo rápidamente para que no se incremente con el pasar de los años.

En cuanto a la parte académica el rendimiento de los estudiantes es muy bajo a comparación de los demás estudiantes, ya que el consumo de estas sustancias mata las neuronas del cuerpo parte fundamental para la concentración en clases, los estudiantes que consumen drogas no pueden retener la información que imparten los docentes, es por ello que no hacen las tareas, no pueden rendir de mejor manera los exámenes y como conclusión de todo eso es la pérdida del año del estudiante.

En el presente año lectivo se han presentado varios casos de estudiantes con síntomas de haber ingerido algún tipo de sustancia estupefaciente, esto implica a que no hay mayor control por parte de las autoridades, teniendo en cuenta que la institución trabaja en las dos jornadas tanto matutino como vespertino, se pudo evidenciar que en la institución hay trabajos realizados por los estudiantes sobre el consumo de drogas, los mismo que están realizados por los mismos estudiantes sin tener ninguna fundamentación.

El docente entrevistado supo manifestar que sería de gran ayuda contar con material visual adecuado que ayude al estudiante a comprender de mejor manera los problemas que conlleva el consumo de drogas.

#### **4.1.2.2. Entrevistas Psicólogos**

##### **4.1.2.2.1. Entrevista psicólogo 1**

###### **Nombre y cargo que desempeña en la institución.**

Jonathan Javier Balcázar Días, analista DESE “psicólogo” de la Institución

###### **¿Cómo psicológicamente actúa un estudiante cuando está consumiendo drogas?**

Hay dos tipos de síntomas, la primera es aspectos físicos en la mayor parte de casos ojos achinados, pupilas dilatadas, ralentización cuando hablan o demasiada euforia al mismo tiempo en su comportamiento en cuanto a la parte psicológica.

En cuanto a la parte física generalmente está asociado a un bajo rendimiento académico, está asociado a un descuido de su persona de su físico y también está muy relacionado con la situación económica de su hogar.

### **¿Cómo influye la sociedad al consumo de drogas en los jóvenes?**

La sociedad como siempre es un ente regulador, muchas de las veces severo es fácil juzgar a alguien sin antes conocer sus antecedentes, lo primero que hacen es juzgarte como te ves, antes de tomarle el tiempo de conocer a esta persona si está pasando por algún problema.

Frente a eso el estudiante descuida mucho de su persona, aunque muchos estudiantes optan por engañar a la sociedad, es decir, me va mejor si consumo drogas, soy mejor estudiante, soy mejor persona, esto lo hacen por dos formas, la primera es por llamar la atención y la segunda por una forma de rebeldía, porque no todas las drogas son severamente dañinas o tampoco son adictivas, hay drogas que socialmente estas aceptadas como el tabaco y el alcohol que pueden causar mucho más daño que la marihuana está comprobado científicamente, como estamos en la era de la información el adolescente esta mas informado y preparado que el mismo docente.

### **¿Cuál es la principal causa que induce a los adolescentes a involucrarse con las drogas?**

En primer lugar los malos hábitos que puedan a ver en casa o en la institución, en segundo lugar es una forma de llamar la atención, el adolescente atraviesa por una etapa de la que ya no es un niño ni tampoco un adulto, entonces esta en esa búsqueda y posicionamiento de su personalidad, muchas de las veces pueden ser por recreación, presión social, puede ser por aceptación social, entonces en ese sentido como no tienen una personalidad completamente formada, es más susceptible a caer este tipo de adicciones.

### **¿Cómo influyen los diferentes géneros musicales en la conducta del estudiante?**

Influyen mucho, hay un viejo refrán que dice “eres lo que consumes”, es decir, cuando decimos eres lo que consumo inmediatamente lo asociamos con la comida, eres lo que comes, si tú te alimentas de una manera sana eso se refleja en tu físico, en cuanto a la música también es otro tipo de consumo, hay música que te influye hacia el odio, hacia la destrucción, hacia el anarquismo, por ejemplo el black metal esta disfrazado de mensajes sublimales, es por ello que tienes que ser muy minucioso con la música que escuchas.

Si escuchas al reggaetón, este tipo de género está muy orientada hacia la sexualidad de las personas, hacia una sexualidad distorsionada obviamente porque está el prejuicio sobre la predominancia del hombre hacia la mujer, y la mujer pasa hacer solamente un objeto sexual.

Así mismo hay géneros depresivos como el reggae, su máximo exponente Bob Marley era una persona que creía en el amor, en la paz mundial, sin embargo en la vida real no es así, era un ideal que él buscaba, la música emo este tipo de música que está orientada hacia la depresión, el desamor, rupturas amorosas todo esa música influye en ti, por eso siempre se dice, si estás feliz escuchas música triste, si estás triste escuchas música alegre, ya que el exceso de alegría tampoco es bueno ya que te conviertes en una persona fría antes los problemas de los demás.

### **¿Cuáles son las afecciones de una persona cuando consume drogas?**

El consumo de cualquier sustancia termina destruyendo la mayor parte de tu organismo de una forma lenta obviamente pero a la larga es destructiva, si consumes tabaco daña tu sistema respiratorio, tus pulmones, si consumes alcohol afectas a tu hígado, tus riñones inclusive vas perdiendo tu sentido del gusto, se han comprobado que hay personas que fuman y beben van perdiendo sus papilas gustativas, y la parte más importante es el deterioro de las neuronas.

Sin bien es cierto las neuronas se deterioran con el paso del tiempo de una forma natural, pero el consumo de sustancias estupefacientes aceleran esta destrucción entonces si hay un deterioro, es decir, muchas de las veces esta generación las adolescentes no beben porque el licor sea rico sino como te pone y en el estado que te pone, en estado de euforia, en estado emotivo que te anima a lo que estás buscando.

### **¿Cuántos casos se han presentado de estudiantes que consumen drogas en el presente año lectivo?**

Tenemos 3000 estudiantes en dos jornadas, el porcentaje que se ha detectado, porque una cosa es lo que se detecta y otra lo que se reporta, de los 3000 estudiantes hay un porcentaje que va desde el 3% al 5% que consumen estos tipos de drogas.

### **¿Cuál es la droga más consumida por los estudiantes?**

Alcohol, tabaco y marihuana

### **¿Crees que las redes sociales incitan al consumo de drogas en los estudiantes?**

Las redes sociales no incitan al consumo de drogas al contrario es el medio para poder facilitar el consumo, es decir, una red social no te dice consume drogas, consume alcohol o tabaco pero si es más fácil ponerte en contacto con alguien, más que incitar es un medio facilitador, ya que puedes comprar por medio de una red social, vender, puedes contactarte con tus amigos para hacer una fiesta, más bien hay una facilidad de la comunicación para realizar este tipo de eventos donde se consumen drogas, alcohol o tabaco.

#### **4.1.2.2.2. Análisis entrevista Psicólogo 1**

Según el analista Jonathan Balcázar existe un 5% de estudiantes que consumen drogas, es fácil diferenciar a un estudiante que consume droga con otro que no, el analista plantea dos tipos de síntomas; la parte física y la parte académica, el rendimiento académico es uno de los factores claves que causan estar ingiriendo estas sustancias.

La sociedad hoy en día está yendo por un camino equivocado, donde lo bueno es malo y lo malo es bueno, el pensamiento del estudiante está mal encaminado ya que piensa que las cosas que son piensan que para ellos está bien, como por ejemplo; si consumo droga soy mejor estudiante, soy mejor persona, soy más popular, en ese aspecto tiene que actuar la comunicación visual mediante piezas graficas dando a conocer al estudiante sobre lo peligroso que son las drogas, ayudando al estudiante a cambiar de mentalidad y a la vez generar conciencia sobre el problema que se está tratando.

La música influye en el estudiante, el analista se refiere a un refrán que dice “eres lo que consumes”, hoy en día el reggaetón es un género musical que la mayoría de estudiantes lo escuchan, este género induce a tener relaciones sexuales, al mismo consumo de drogas, teniendo en cuenta estos temas, se le pregunto si las redes sociales incitan al consumo de drogas, las redes sociales pueden incitar pero también es un medio por el cual se puede conseguir estar sustancias.

Sabiendo que los estudiantes hoy en día pasa más de 8 horas navegando en internet y redes sociales, este puede ser un buen camino mediante gráficos, imágenes, videos para llegar al estudiante y causar conciencia sobre lo malo de estas sustancias.

#### **4.1.2.2.3. Entrevista psicólogo 2**

##### **Nombre y cargo que desempeña en la institución.**

Edisson Fernando Pérez Márquez, coordinador DESE de la Unidad Educativa Guayaquil.

##### **¿Cómo psicológicamente actúa un estudiante cuando está consumiendo drogas?**

Obviamente tiene varias características bajo rendimiento, intercambios de humor, conflictos con sus compañeros, conflictos con la familia, presenta visualmente signos como pupilas dilatadas, se siente como dormido, aletargamiento, sus uñas se ven sucias, se encuentra desaseado hablando en la parte física.

##### **¿Cómo influye la sociedad al consumo de drogas en los jóvenes?**

Realmente la sociedad se está destruyendo por medio incluso de los medios de televisión, se está haciendo norma el uso de drogas según la tabla, los jóvenes pueden llevar una cierta cantidad de sustancias prohibidas, entonces ellos están conscientes de las leyes mas no de sus derechos y obligaciones, entonces ese es el problema que a veces la sociedad, incluso los padres dan como ejemplo este uso de drogas, lo cual ellos se reflejan y son conductas aprendidas por los mismos padres de familia, amigos, por medios de comunicación y el libre acceso a este tipo de información e incluso el libre acceso a este tipo de sustancias, ya que para los estudiantes es fácil encontrar un proveedor, en tiendas no se respeta la edad y venden licores, cigarrillos incluso drogas.

En conclusión la sociedad no nos ayuda al contrario nos hacemos de la vista gorda, es decir, tapamos el delito.

##### **¿Cuál es la principal causa que induce a los adolescentes a involucrarse con las drogas?**



Uno de los factores son los problemas familiares, el círculo social donde ellos se desarrollan, el querer unirse algún determinado grupo que tiene como norma para ser aceptados exigen pruebas, como puede ser el consumir alcohol, cigarrillo o drogas para que seas aceptado en el grupo, entonces es como una norma de ellos, el querer experimentar, hay que entender que hay varios tipos de usos, el uso experimental, el uso moderado, el uso recreativo hasta que se convierte en un consumo problemático, entonces a veces los chicos por experimentar se quedan atrapados en ese mundo y lastimosamente si es que no hay un control no hay una atención rápida ahí ya la sustancia manipula al estudiante llevándolo a la adicción.

### **¿Cómo influyen los diferentes géneros musicales en la conducta del estudiante?**

Hay mensajes en el género reggaetón que involucra a la sexualidad sin control, también hay los estereotipos que porque es rockero es drogadicto, lastimosamente nos estamos llevando por estereotipos mal infundados que realmente no son así.

Depende de la persona en aceptar o no aceptar el mensaje subliminal de la canción, por ejemplo puede una canción de rock hablar sobre el diablo, pero si el que escucha es creyente en dios le puede gustar el ritmo o el género pero no se puede enfocar en los mensajes que dice la música, el reggaetón influye a tener relaciones o a tomar licor ya depende de la persona y la formación que tiene en casa.

Lastimosamente los jóvenes y los padres permiten en cuanto al reggaetón si hay un música que está de moda que sus hijos pequeños las escuchen y para los padres es algo bonito, novedoso ver como bailan, como actúan verles incluso como se visten, eso también es un referente para que ellos expongan su cuerpo a los niños, ya no hay ese control de antes eso depende de cada uno, yo pienso que los géneros de música si hay un poco de influencia hacia la persona por ejemplo los pasillos nos deprimen, el rock nos puede alterar nos vuelve agresivos, el reggaetón nos incita a tener relaciones, pero a mi parecer el probar o consumir drogas, alcohol, cigarrillo depende de uno mismo.

### **¿Cuáles son las afecciones de una persona cuando consume drogas?**

El consumo de drogas causa la muerte neuronal, problemas en la salud que dañan el sistema nervioso hasta destruir por completo a la persona.

**¿Cuántos casos se han presentado de estudiantes que consumen drogas en el presente año lectivo?**

Hemos detectado 7 casos de estudiantes que usan drogas, en cuanto al alcohol hemos tenido aproximadamente 10 casos de estudiantes que consumen dentro y fuera de la institución.

**¿Cuál es la droga más consumida por los estudiantes?**

Entre las drogas más consumidas esta la marihuana, el crepey y las comunes el alcohol y el cigarrillo.

Teniendo como en mayor porcentaje el uso de alcohol y marihuana en los estudiantes ya que es una venta libre que incluso en las tiendas cercanas se las pueden obtener.

**¿Crees que las redes sociales incitan al consumo de drogas en los estudiantes?**

Las redes sociales es un medio de comunicación para encontrar los espacios para que puedan consumir, como ya le dije anteriormente ya depende de la persona y del tipo de educación que tiene, pero lastimosamente las redes sociales son medios para concretar o vender drogas.

#### **4.1.2.2.4. Análisis entrevista psicólogo 2**

Édison Pérez coordinador DESE habla que existe un aproximado de 10 estudiantes que consumen drogas dentro y fuera del establecimiento, un estudiante que está consumiendo psicológicamente se puede apreciar por sus facciones en su rostro; como pupilas dilatadas, aletargamiento, en cuanto a la parte física el rendimiento académico es demasiado bajo.

La educación viene también por parte de casa, hay muchos estudiantes que tiene problemas familiares, otro factor que induce al estudiante a ingerir drogas es ser parte de un grupo social determinado, ya que si los miembros de ese grupo consumen drogas, el estudiante también va a consumir, otro factor es querer experimentar que se siente estar bajos los efectos de las drogas hasta que después se convierte en un consumo problemático.

La droga más consumida por los estudiantes es la marihuana y el alcohol, estas drogas causan la muerte neuronal, parte fundamental para la concentración, las redes sociales es un camino para encontrar vendedores de drogas, pero también las mismas puede ser una herramienta fundamental para combatir este problema por medio de piezas publicitarias, videos ya que el estudiante pasa mucho tiempo en el internet y redes sociales.

#### **4.1.2.2.5. Entrevista psicólogo 3**

##### **Nombre y cargo que desempeña en la institución.**

Verónica Vasco, analista DESE de la Institución.

##### **¿Cómo psicológicamente actúa un estudiante cuando está consumiendo drogas?**

Psicológicamente es muy difícil decir cómo actúa un estudiante cuando está consumiendo drogas, ya que tienen diferentes características, principalmente son agresivos con sus compañeros e incluso con el personal docente de la institución, tienen un bajo rendimiento en cuanto al desempeño estudiantil, en cuanto a sus rasgos físicos tienen las pupilas dilatadas, sus ojos están achinados, tienen mal aliento y un mal aseo personal.

##### **¿Cómo influye la sociedad al consumo de drogas en los jóvenes?**

La sociedad en este caso puede y no puede influir en la conducta de un joven, hoy en día los jóvenes quieren parecerse a un adulto haciendo cosas que no deben como es el uso del alcohol, cigarrillo y drogas, la sociedad en sí ayuda a que el joven estudiante consuma este tipo de drogas por el simple hecho de integrarse a un grupo social lo que se llama presión social, es decir, incitar al adolescente a consumir estas drogas para ser aceptado por los demás adolescentes en un determinado grupo.

En otro caso también depende del propio estudiante y de los valores que obtienen en la casa, cada padre de familia tiene la obligación de implantarle buenos valores a sus hijos, por ejemplo si un estudiante ve que su padre o madre o algún familiar cercano está consumiendo estas sustancias el joven tarde o temprano lo va hacer por el simple hecho en la misma familia

lo hacen, pero si pasar lo contrario o los padres tendrían conversaciones sobre este tema y lo perjudicial que es para salud el estudiante va estar alejado de estos vicios.

### **¿Cuál es la principal causa que induce a los adolescentes a involucrarse con las drogas?**

Hay muchas causas que conlleva al estudiante a involucrarse con las drogas, como ya le dije en la pregunta anterior la principal causa es que los estudiantes vean a sus familiares cercanos consumir estas sustancias, otra de las causas es por experimentar que se siente estas bajo los efectos de estas sustancias, hoy en día el estudiante busca otras maneras de experimentar algo en su vida es por ello que la principal opción es involucrarse o probar algún tipo de sustancia no permitida para el estudiante.

### **¿Cómo influyen los diferentes géneros musicales en la conducta del estudiante?**

No deberían influir mucho los géneros o algún tipo de artista en los estudiantes, ya que depende de cada estudiante y de los valores que le inculcan en la casa, la música debería ser una forma de distracción o hobbies.

### **¿Cuáles son las afecciones de una persona cuando consume drogas?**

Las personas que abusan del alcohol y otras drogas enferman con más frecuencia y más gravemente que aquellas que no consumen. El consumo de sustancias se ha relacionado con una mayor probabilidad de padecer cáncer; problemas de hígado, estómago, pulmón, piel y sistema urinario; daño cerebral y convulsiones; VIH, hepatitis, tuberculosis y problemas de salud mental.

### **¿Cuántos casos se han presentado de estudiantes que consumen drogas en el presente año lectivo?**

En el presente año a comparación del año anterior se ha incrementado los casos de estudiantes que consumen drogas, ya que las sanciones no son muy estrictas como deberían ser, es por eso que los estudiantes no toman conciencia, estamos hablando de un 7 u 8 por ciento de estudiantes que consumen drogas de toda la institución.

### **¿Cuál es la droga más consumida por los estudiantes?**

Entre las drogas más consumidas esta la marihuana en mayor escala y también el alcohol, cigarrillo y cocaína.

### **¿Crees que las redes sociales incitan al consumo de drogas en los estudiantes?**

Se podría decir que si, ya que los estudiantes se han vuelto adictos a las redes sociales pasan más tiempo con su teléfono en la mano que algún libro y no todo lo que se encuentra en las redes sociales en bueno y si el estudiante no tiene una personalidad definida va ser presa fácil para caer en estas sustancias.

#### **4.1.2.2.6. Análisis de la entrevista a psicólogo**

La sociedad es un ente regulador que al mismo tiempo te ayuda y como a la vez te destruye, la psicóloga Verónica Vasco trata que la sociedad no debería influir en el comportamiento de un estudiante, al contrario el estudiante viene ya formado con sus valores y principios desde su casa, pero bien, si en la casa hay familiares que consumen este tipo de sustancia tanto como el alcohol, cigarrillo o marihuana, el estudiante lo va consumir sin ningún problema porque los familiares también lo hacen, la presión social es otra forma de que los estudiantes consuman drogas, hoy en día la sociedad se está haciendo muy severa, ya que si quieres integrarte algún tipo de grupo social debes cumplir con determinados requisitos para que puedas ser parte de ellos, uno de estos requisitos es el consumo de drogas, los estudiantes están pasando por un momento crucial de su vida, es decir, están buscando su personalidad, los adolescente están pasando de ser un niño a ser un adulto, entonces en esa búsqueda se pueden encontrar con estas sustancias.

En Ambato el consumo de drogas en adolescentes se va incrementado con el pasar de los días, en lo que va del presente año lectivo se han presentado casos de estudiantes que están bajo el efecto de estas sustancias, existe un crecimiento del 8% a comparación de años anteriores y lo peor de este asunto es que las autoridades no aplican sanciones severas para que los demás estudiantes tomen conciencia de lo que están haciendo, la mayoría de casos que se han presentado son estudiantes que ingieren marihuana.

Vivimos en la era de la tecnología es por ello que se realizó la siguiente pregunta ¿crees que las redes sociales incitan al consumo de drogas en los estudiantes?, haciendo referencia a que la mayoría de estudiantes tienen un teléfono inteligente y el acceso a internet en sus casas e instituciones es libre, el uso redes sociales es otro tipo de adicción, en ella puedes encontrar cosas buenas como malas que el estudiante debe saber diferenciar, es también un facilitador para encontrar vendedores de drogas.

#### 4.1.3. Fichas de observación

La ficha de observación se lo realizo a 15 estudiantes, estos estudiantes son los representantes de curso de todos los niveles de bachillerato que tiene la Unidad Educativa “Guayaquil”.

##### 1.- ¿Al mirar el video y las fotografías su reacción fue?

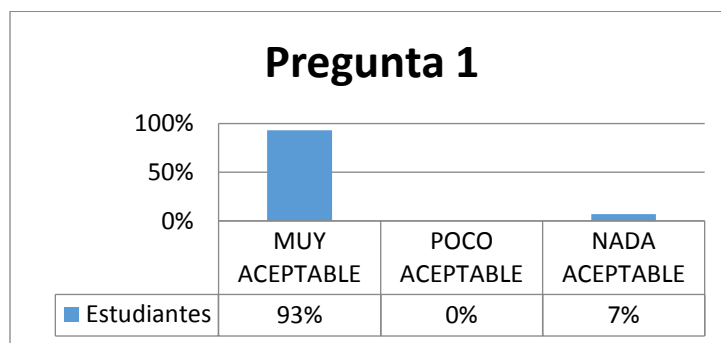
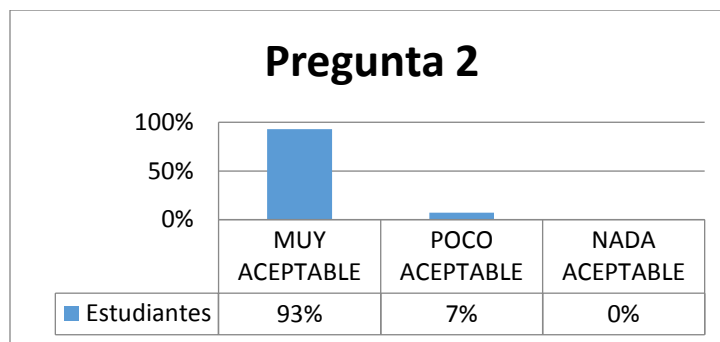


Gráfico 17 Tabulación ficha de observación: Pregunta 1

##### Análisis de resultados e interpretación de resultados:

La mayoría de estudiantes tuvieron una reacción muy aceptable al momento que se les presento el material visual, los estudiantes estuvieron atentos y pudieron captar rápidamente que el consumo de drogas es peligroso. Mediante estrategias comunicacionales podemos hacer que los estudiantes capten de mejor manera los problemas de las drogas y cómo podemos evitarlas.

##### 2.- ¿Qué le parece el contenido del material visual presentado?

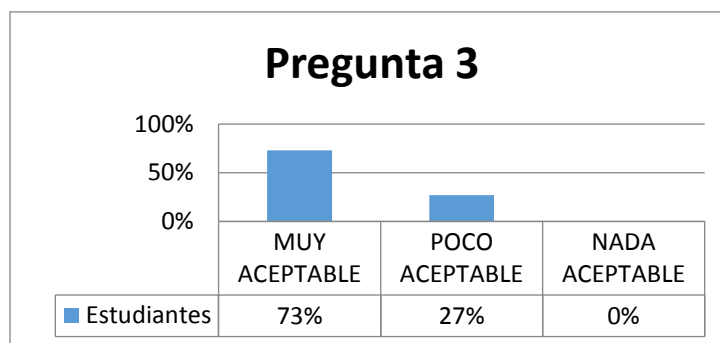


*Gráfico 18 Tabulación ficha de observación: Pregunta 2*

**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

La mayor parte de los estudiantes consideran que el material visual presentado es muy aceptable, la aplicación de este material en el establecimiento conjuntamente con el uso de las redes sociales ayudaran a que los estudiantes tengan otra forma de pensar sobre el uso de drogas.

**3.- Si se difundieran estos videos e imágenes, ¿qué percepción de comunicación tuvieron para usted?**



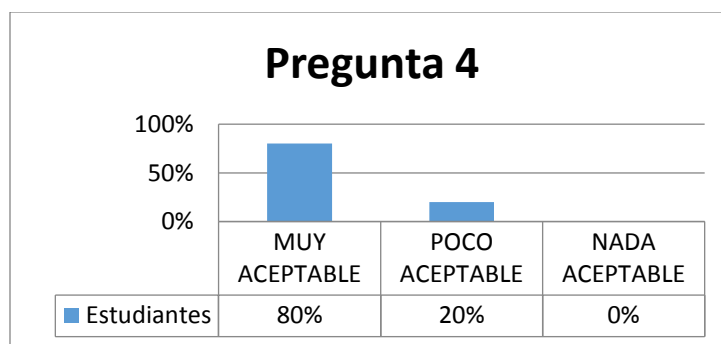
*Gráfico 19 Tabulación ficha de observación: Pregunta 3*

**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

Los estudiantes consideran que la difusión de estas imágenes ayudaran a que los estudiantes piensen bien al momento de involucrarse con este tipo de sustancias, la aplicación de este material ayudara no solamente a los jóvenes de bachillerato en la prevención del consumo de drogas, como se está trabajando en una unidad educativa donde también estudian niños, este

material ayudara a fortalecer el pensamiento de los niños a temprana edad sobre el uso de las drogas.

**4.- ¿Para usted un mensaje, una vida libre de drogas es?**

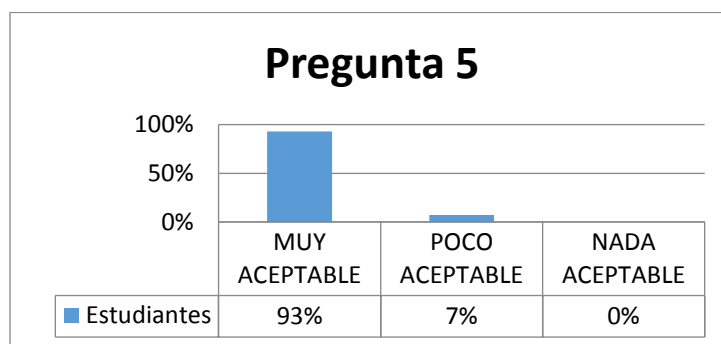


*Gráfico 20 Tabulación ficha de observación: Pregunta 4*

**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

Se planteó a los estudiantes el mensaje de, una vida libre de drogas; donde se pudo observar que la mayoría de estudiantes consideran que el mensaje es muy aceptable, pero no debemos descartar un ligero porcentaje que considera poco aceptable, para ello lo que se plantea es, trabajar de mejor manera de un mensaje que llegue a los estudiantes, este mensaje se trabajaría mediante estrategias comunicacionales para llegar hacia todos los estudiantes del establecimiento con mensajes sobre los problemas que conllevan el involucrarse con las drogas.

**5.- ¿Al integrar un grupo de amigos, que grado de presión social ha tenido al hablarle sobre prevención del consumo de drogas?**





**Análisis de resultados e interpretación de resultados:**

El objetivo de esta pregunta fue realizar un dialogo con los estudiantes que participaron de esta ficha de observación, se planteó preguntas sobre las drogadicción, causas y consecuencias, en donde los estudiantes pudieron abrirse al tema y decir lo que piensa cada estudiante. El nivel de aceptabilidad fue muy bueno, este tipo de charlas se los podría hacer en cada curso por profesionales especializados sobre el tema de la drogadicción, estas charlas serian parte de las estrategias comunicacionales que se pretende aplicar en la institución.

**4.2. Verificación de hipótesis**

Se entiende que para la verificación, es necesario realizar un análisis estadístico para probar a las hipótesis. Para este caso se requiere de un análisis no paramétrico, utilizando el método del chi-cuadrado permite probar una hipótesis por correlación entre las variables.

Paso 1:

Establecer la hipótesis nula  $H_0$  y la hipótesis alterna  $H_1$ .

$H_0$ : La comunicación visual no ayuda a la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad Ambato.

$H_1$ : La comunicación visual ayuda a la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad Ambato.

Paso 2:

Selección del porcentaje de confianza.

$\alpha = 0,05$  o 5%

Nivel de confianza de 95%

Paso 3:

Realizar una tabla de frecuencias observadas tomando en cuenta preguntas de respuesta de sí o no.

<b>FRECUENCIAS OBSERVADAS</b>				
<b>GRADOS DE LIBERTAD</b>	<b>PREGUNTAS DE ENCUESTAS</b>	<b>OPCION DE RESPUESTA</b>		
		<b>ESTUDIANTES</b>		<b>SUBTOTAL</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
1	Pregunta 3	144	128	<b>272</b>
2	Pregunta 4	28	244	<b>272</b>
3	Pregunta 6	54	218	<b>272</b>
4	Pregunta 8	137	135	<b>272</b>
5	Pregunta 9	36	236	<b>272</b>
6	Pregunta 11	210	62	<b>272</b>
7	Pregunta 12	122	150	<b>272</b>
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>731</b>	<b>1173</b>	<b>1904</b>

*Gráfico 22 Frecuencias Observadas*

Para el cálculo de las frecuencias esperadas se utiliza la siguiente formula:

$$total = \frac{subtotal\ de\ estudiantes * Subtotal\ SI}{sumatoria\ de\ subtotales}$$

Es decir:

$$total = \frac{272 * 731}{1904}$$

$$total = 104,43$$

De este modo se aplica el mismo procedimiento para todas las preguntas, obteniendo el siguiente cuadro:

<b>FRECUENCIAS ESPERADAS</b>				
<b>GRADOS DE LIBERTAD</b>	<b>PREGUNTAS DE ENCUESTAS</b>	<b>OPCION DE RESPUESTA</b>		
		<b>ESTUDIANTES</b>		<b>SUBTOTAL</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
1	Pregunta 3	104,43	167,57	<b>272,00</b>
2	Pregunta 4	104,43	167,57	<b>272,00</b>
3	Pregunta 6	104,43	167,57	<b>272,00</b>
4	Pregunta 8	104,43	167,57	<b>272,00</b>
5	Pregunta 9	104,43	167,57	<b>272,00</b>
6	Pregunta 11	104,43	167,57	<b>272,00</b>
7	Pregunta 12	104,43	167,57	<b>272,00</b>
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>731,01</b>	<b>1172,99</b>	<b>1904,00</b>

*Gráfico 23 Frecuencias Esperadas*

Para el cálculo del chi-cuadrado se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum \frac{(FO - FE)^2}{FE}$$

Obteniendo los siguientes datos:

<b>CHI-CUADRADO</b>					
<b>FRECUENCIAS OBTENIDAS</b>		<b>FRECUENCIAS ESPERADAS</b>		<b>CHI-CUADRADO</b>	
<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
144	128	104,43	167,57	<b>14,99</b>	<b>9,34</b>
28	244	104,43	167,57	<b>55,94</b>	<b>34,86</b>
54	218	104,43	167,57	<b>24,35</b>	<b>15,18</b>
137	135	104,43	167,57	<b>10,16</b>	<b>6,33</b>
36	236	104,43	167,57	<b>44,84</b>	<b>27,94</b>
210	62	104,43	167,57	<b>106,72</b>	<b>66,51</b>
122	150	104,43	167,57	<b>2,96</b>	<b>1,84</b>
731	1173	731,01	1172,99	<b>259,96</b>	<b>162,01</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>421,97</b>	

*Gráfico 24 Chi Cuadrado*

Como se puede observar en la tabla, el **chi-cuadrado calculado es de 421,97**.

Ahora debemos calcular el chi-cuadrado crítico:

Nivel de confianza: 0.05

$n = \text{grados de libertad} = (\text{número de filas} - 1) * (\text{número de columnas} - 1)$

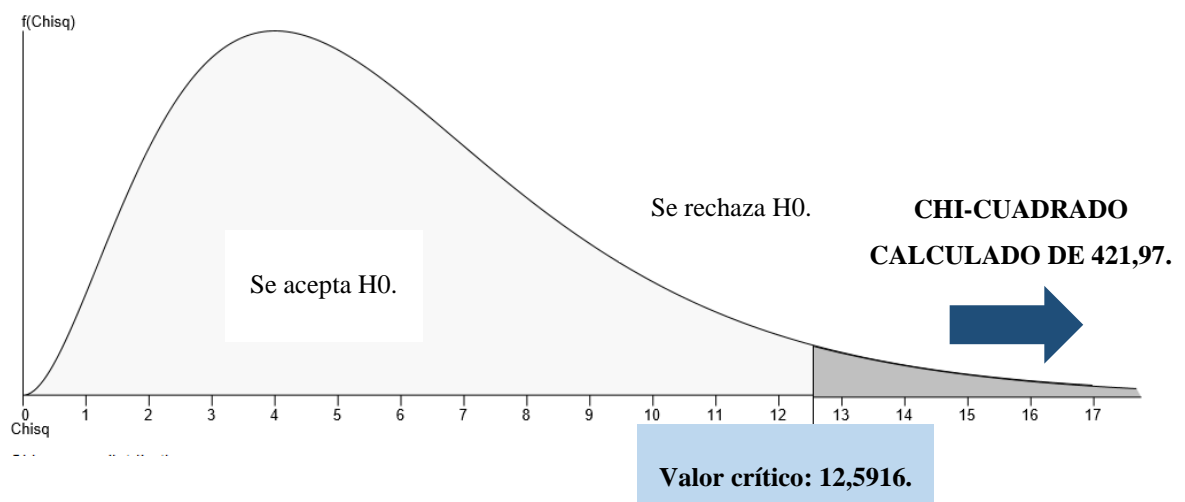
$n = (7 - 1) * (2 - 1)$

$n = 6$

Chi-cuadrado crítico =  $(n; 0,05)$

Entonces el valor del chi-cuadrado crítico es de:  $(6; 0,05)$ , que observando en la tabla de distribución de **chi-cuadrado crítico nos da un valor de: 12,5916.**

Teniendo en cuenta que el chi-cuadrado calculado es mayor que el chi-cuadrado crítico se puede rechazar la hipótesis nula y se escoge la hipótesis alterna. Obteniendo el gráfico de la siguiente manera:



*Gráfico 25 Chi Cuadrado calculado*

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- Las formas de comunicación visual que se están utilizando en la institución sobre el consumo de drogas no causan ningún impacto al estudiante, pues la mayoría de piezas publicitarias están elaboradas por los mismo estudiantes sin ninguna estructura, por lo que no se puede combatir el problema social que aqueja la institución debido a esto se debe potenciar la evaluación sistemática de programas y actuaciones, como instrumento que permita validar las actividades realizadas.
- El índice de consumo de drogas en estudiantes es del 12.65% teniendo como principal causa la presión social, el bajo autoestima, la influencia familiar y la falta de acceso a la educación pública teniendo como consecuencias bajo desempeño estudiantil, depresión, muerte, la adicción a este tipo de sustancias por lo que es de mucha importancia de la prevención, no sólo porque los jóvenes están siendo abrumados por los mensajes en favor del uso indebido de drogas, sino también en razón de los cambios sociales, económicos y políticos que han tenido lugar y que han conducido a perturbaciones sociales y al relajamiento de los controles sociales.
- Se evaluó diferentes estrategias comunicacionales obteniendo excelentes resultados siempre y cuando estas estrategias estén bien enfocadas, es decir, tener bien delimitado el problema y al público objetivo al que se va dirigir, para este caso se trata de informar a los estudiantes sobre el uso de drogas de las causas, consecuencias, para mejorar y ampliar la formación de los profesionales que trabajan en este campo, así como la dirigida a personas que colaboran voluntariamente en el mismo.
- Finalmente es necesario la aplicación de estrategias comunicacionales para generar una comunicación visual efectiva que ayude a la correcta difusión de información sobre el consumo de drogas en estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato para lograr aumentar las capacidades y habilidades personales de resistencia a la oferta de drogas y a los determinantes de los comportamientos problemáticos.

## **5.2.Recomendaciones**

- Mejorar los elementos de comunicación visual que se utilizan en las diferentes instituciones educativas para evitar el consumo de drogas en los estudiantes, las autoridades deben gestionar de mejor manera especialistas que puedan impartir de mejor manera al alumnado las consecuencias de consumir drogas y donde esta información visual genere un gran impacto en los estudiantes lo cual ayude a la prevención del consumo de drogas.
- Investigar diferentes tipos de estrategias comunicacionales que ayuden a prevenir el consumo de drogas en instituciones educativas e identificar la disponibilidad de las drogas que por sí misma contribuyen a la atmósfera general favorable a la promoción de las drogas, y es por esto que es necesario mantener la vigilancia de la oferta de drogas ilícitas.
- Aplicar estrategias comunicacionales de forma constante en las instituciones educativas, ya que el consumo de drogas es un problema social que se está incrementando con el pasar de los días, debido a que existen programas buenos de promoción de estilos de vida saludable, creación de la autoestima y adopción de decisiones, pero con mucha frecuencia no van acompañados de programas dirigidos hacia los que están experimentando con drogas o a los usuarios que necesitan diversas formas de tratamiento y programas de rehabilitación.
- Finalmente la utilización de nuevas estrategias comunicacionales para generar una comunicación visual de impacto que ayude a la concientización sobre el consumo de drogas en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Ambato, ya que esta publicidad busca un alcance muy amplio, por tanto se lleva a cabo en medios masivos como televisión, prensa, radio o los banners en Internet donde todos los espectadores ven los mismos anuncios que las cadenas emiten en una determinada franja horaria y por lo general se utiliza para construir conciencia, cuando el producto o servicio es de consumo masivo y se pretende llegar a un target muy amplio.

## CAPÍTULO VI

### DISEÑO DE LA PROPUESTA

#### 6.1. Memoria descriptiva y justificativa

Una vez terminada la investigación la propuesta a realizar son estrategias comunicacionales dirigida a la difusión de una sociedad sobre un problema específico, la drogadicción juvenil en establecimientos es un problema que va en crecimiento a nivel nacional y mundial, las estrategias comunicacionales ayudaría a difundir de mejor manera la información acerca a la drogadicción juvenil y en los diferentes problemas con traen consigo hacia los estudiantes.

Con la creación de las estrategias comunicacionales lo que se pretende hacer es que los estudiantes sean responsables en su forma de actuar, pensar, llegar hacia la mente del consumidor con mensajes claros sobre el consumo de drogas para que ellos mismos tomen conciencia de que las drogas son muy peligrosas y que la misma información sea transmitida hacia las personas que les rodean.

Es fundamental prevenir el consumo de drogas desde edades más tempranas a través de diferentes estrategias comunicacional, dirigida prioritariamente a los jóvenes mediante el uso de imágenes, videos, carteles, etc.

Es más sencillo prevenir una conducta riesgosa que revertirla, evitar que millones de niños y jóvenes empiecen a consumir drogas, es una mejor política que revertir el consumo de miles de adultos.

El reto de la prevención antidroga reside en ayudar a los jóvenes a equilibrar sus comportamientos, capacidades y bienestar en múltiples campos de influencia, como los que representan las normas sociales, la interacción con sus iguales, las condiciones de vida y sus propios rasgos de personalidad. Más aún, el consumo de sustancias comparte varios rasgos de vulnerabilidad con otros comportamientos de riesgo.

Esto quiere decir que prevenir otros comportamientos problemáticos puede tener efectos positivos en relación con la prevención del consumo de sustancias. Por otra parte, una política

antidroga puede favorecer la implantación de una vida libre de drogas mientras reduce la exposición a las sustancias que se pueden consumir. Esta visión está reflejada en las perspectivas de prevención modernas, que también tienen por objeto el reducir el riesgo de consumo de sustancias. En estas nuevas perspectivas residen las oportunidades de éxito en la prevención del consumo de drogas.

El presente proyecto es de gran importancia para la sociedad, ya que plantea cambiar la conducta de las personas por medio de un sistema comunicacional, llamaría a la conciencia social y a su vez ayudaría a los demás jóvenes que están entrando a este mundo de las drogas.

Según el portal web [marketingdirecto.com](http://marketingdirecto.com) trata que vivimos en una era más gráfica, es decir las personas recuerdan alguna cosa u objeto determinado por el simple hecho de a verlo visto, la memoria está muy relacionada con la vista, y los estudios muestran que las personas sólo recuerdan un 10% de lo que oyen, un 20% de lo que leen y pueden recordar un 80% de lo que ven.

#### **6.1.1. Proyecto**

Las estrategias comunicacionales es un proceso el cual se puede transmitir información hacia un público objetivo determinado de un problema específico, ayudara a difundir de mejor manera información acerca del consumo de drogas y de los problemas que se enfrentarían a futuro, por lo que en base a estrategias comunicacionales se podría de llegar de mejor manera con la correcta difusión de mensajes hacia los estudiantes.



Tabla 4:

*Estrategias de Comunicación*

ESTRATEGIAS	ACCIONES	OBJETIVOS	MEDIOS	PIEZAS GRAICAS	CARACTERISTICAS	DURACIÓN	APLICACIÓN
Lanzamiento	Implementar afiches sobre el consumo de drogas en el establecimiento.	Causar expectativa en los estudiantes sobre el tema que se va tratar.	Material impreso	Afiche Publicitario	Se lo realizara en papel couche de 150 gr.  Impresión full color	Una semana	Entrada y pasillos del colegio.  Bares de la institución  Oficinas  Inspecciones  Departamento DESE
Visibilidad	Implementación de piezas gráficas dentro del establecimiento	Generar presencia de la marca en los estudiantes del establecimiento.  Dar a conocer los problemas que causan las drogas.	Material impreso	Gigantografias  Roll up  Afiches publicitarios	Para la creación de gigantografias se utilizar lona de publicitaria de impresión para exteriores de 130gramos.  De igual manera para la creación del roll up se utilizara la misma lona de las gigantografias.	Una semanas	Edificios de bachillerato. (gigantografias)  Pacios de bachillerato (roll up)  Carteleras de la institución

				Infografías	Las infografías serán realizadas en vinil mate de 130 gr laminado y pegado en cynta.  Impresión full color		
Confianza	Implementar charlar sobre el consumo de drogas por expertos en el tema.  Visitar centros de reclusión de personas que consumen drogas	Generar comunicación directa entre los estudiantes y personas que consumen y han consumido drogas.  Generar conciencia en los estudiantes.	Material impreso  Elementos promocional es	Trípticos informativos  Esferos publicitarios  Agendas  Pulseras de tela	El material que se va utilizar para realizar los trípticos es en papel couche de 120 gr.  Los elementos promocionales ayudan a que la marca se quede de forma preguntante en los estudiantes.  La importancia de estos elementos es que sea de gran utilidad para el público que nos estamos dirigiendo.  Para ello se utilizara los elementos más tradicionales como con los esferos y agendas que el estudiante utiliza en su vida diaria de estudiante.  Mientras que las pulseras de tela sublimadas es un artículo que los jóvenes de hoy utilizan para adornar su cuerpo.	Dos semanas	Los trípticos se los entregaran después de que terminen las conferencias de la misma forma se lo realizaran los elementos promocionales.

Posicionamiento	<p>Aplicación de redes sociales</p> <p>Aplicación de stickers en lugares con más concurrencia de estudiantes</p>	Generar el posicionamiento de la marca en la mente de los estudiantes	<p>Redes sociales</p> <p>Material impreso</p>	<p>Creación de fan page en Facebook.</p> <p>Creación de página en Instagram</p>	<p>El tamaño para imágenes de la portada de Facebook es de 851 píxeles de ancho x 315 px de alto.</p> <p>La medida actual para la foto del perfil de Facebook es de 180px x 180px como mínimo.</p> <p>Para el tamaño de las fotos que publicamos en nuestro muro se recomienda subir imágenes de 1200 x 630 píxeles como máximo, es decir, que cualquiera de sus lados no sobrepase de esa medida.</p> <p>Para las imágenes que se publicaran en Facebook se utilizara el formato del 80-20, es decir, 80% imagen y el 20% de texto.</p> <p>Para la creación de la página en Instagram se lo realizara basándonos en las siguientes características: imagen de perfil tamaño mínimo de 110x100 píxeles y tamaño recomendado de 152x152 píxeles, este tamaño también es utilizado para la imagen circular del perfil de Instagram.</p> <p>Para la imagen de línea de tiempo se utilizara de 1080x1080 píxeles,</p>	Dos semanas	
-----------------	--	---	---	---	---	-------------	--

					<p>para imágenes de Instagram stories se utilizara el formato de 1080x1920 pixeles.</p> <p>De igual manera se utilizar del formato de 80-20 que se trabaja en Facebook.</p> <p>El material que se va utilizar para la aplicación de los stickers será en vinil mate de 130 gr, la misma que será laminada con vinil transparente mate para que la duración de los stickers sea mayor.</p> <p>Utilización de stickers en espejos de los baños de las chichas.</p> <p>Utilización de stickers en los urinarios de los chicos.</p> <p>Utilización de stickers en los bares de la institución.</p> <p>Utilización de stickers en las gradas de los edificios de bachillerato.</p>		
Expansión	Transmitir la información a todos los	Expansión de la información hacia	Material impresión	Trípticos informativos	Se utilizar el mismo procedimiento de las estrategias anteriores para los	Una semana	Los trípticos se los entregaran a los demás estudiantes del

	estudiantes y autoridades que conforman la institución	los demás estudiantes	<p>Redes sociales</p> <p>Elementos promocionales</p>	<p>Fan page de Facebook e Instagram.</p> <p>Esferos publicitarios</p> <p>Agendas</p> <p>Pulseras</p>	demás estudiantes del establecimiento.	<p>establecimiento cuando estén en la hora de receso y en clases.</p> <p>Con la aplicación de redes sociales se pretende llegar a todos los estudiantes y como a las autoridades del establecimiento.</p> <p>De la misma forma se lo aplicara en los elementos promocionales, ya que dichos elementos pueden ser utilizados por los estudiantes, profesores y autoridades del establecimiento ya que forman parte de elementos de oficina.</p>
--	--	-----------------------	--	--	--	--

## Recursos y fijación de presupuesto

Tabla 5:

*Recursos y fijación de presupuesto*

<b>Recursos</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Material de Oficina</b>	1		1000.00
<b>Infografías</b>	2	15	30.00
<b>Gigantografías</b>	2	20.00	40.00
<b>Roll Up</b>	2	15.00	30.00
<b>Afiches</b>	5	1.50	7.50
<b>Trípticos</b>	500	1.50	750.00
<b>Material Promocional</b>	1000	0.50	500.00
		<b>TOTAL</b>	<b>2357.50</b>

## Calendario de acciones

Tabla 6:

Calendario de acciones

SEMANAS	LANZAMIENTO	VISIBILIDAD	CONFIANZA		POSICIONAMIENTO		EXPANSION
	Accion 1	Accion 2	Accion 3	Accion 4	Accion 5	Accion 6	Accion 7
10 Sep - 14 Sep							
17 Sep - 21 Sep							
24 Sep - 28 Sep							
1 Oct - 5 Oct							
8 Oct - 12 Oct							
15 Oct - 19 Oct							
22 Oct - 26 Oct							

### 6.1.2. Referencias

#### 6.1.2.1. Aprovecha tu tiempo, elige vivir.



Imágen 3 Campaña Aprovecha tu Tiempo

Fuente: SETED (2018)

Campaña de concientización realizada por: La Secretaría Técnica de Drogas (SETED)

Nombre de compañía: 'Aprovecha tu tiempo, elige vivir'.

Fecha de lanzamiento: 25 de febrero del 2018

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=aEzPIyVI0wc>

Tiene como finalidad es motivar a los chicos a practicar actividades saludables y reducir el impacto de la problemática socioeconómica de las drogas, previniendo el consumo juvenil, el cual afecta principalmente a la población entre 14 y 15 años. "Elige Vivir es una campaña social que propone a nuestra niñez y juventud otras alternativas de vida basadas en decisiones

saludables. La mejor forma de prevenir consumo juvenil de drogas es logrando que los jóvenes se enamoren de la vida”.

El público objetivo al que está dirigida esta campaña es similar a nuestro público que nos estamos dirigiendo, hoy en día los jóvenes son más vulnerables al momento de realizar alguna decisión sobre las drogas, esta campaña trata que los jóvenes aprovechen de mejor manera su tiempo en otras formas de distracción que no sea con el uso del drogas, el uso de influencers es una alternativa para llegar de mejor manera hacia los jóvenes, en el caso de las estrategias la comunicación directa que van a tener los estudiantes con personas con problemas de drogas va ayudar a que los estudiantes tomen conciencia, piensen si quieren ser parte de este grupo de personas o de las personas que sobresalen en la vida.

#### **6.1.2.2. Yo vivo sin drogas, tú decides.**



*Imágen 4 Campaña Yo vivo sin drogas*

*Fuente: Policia Nacional (2017)*

Campaña realizada por: Policía Nacional y Ministerio del Interior

Nombre de campaña: “Yo vivo sin drogas – Tú decides”

Fecha de lanzamiento: 02 de junio del 2017

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=vGDd7RDPy84>

En esta campaña de igual manera está enfocada hacia los jóvenes en contra el uso de drogas, esta campaña tiene alcance internacional ya que 6 países lanzaron la misma campaña, esta es otro tipo de estrategia en donde se planteó realizar una carrera atlética en donde estén



involucrados los jóvenes, niños, personal adultas e incluso personas con alguna discapacidad. Fomentar la recreación de los jóvenes es el objetivo principal de esta campaña, en el caso de la propuesta que se está planteando la interacción de los estudiantes con los conferencistas incrementara el nivel de aceptación de la información impartida por ellos, haciendo que las conferencias sean divertidas, incitando a que los estudiantes participen en las charlas.

### **6.1.2.3. Misión Educación cero drogas.**



*Imágen 5 Campaña Misión Educación cero drogas*

*Fuente: SETED (2016)*

Campaña realizada por: Ministerio de Educación y Secretaria Técnica de Drogas

Nombre de campaña: “Misión Educación Cero Drogas”

Fecha de lanzamiento: 02 de agosto del 2016

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=mFRXsiPnw5A>

Esta campaña tiene como objetivo principal la formación de brigadas de prevención, integradas por padres de familia, quienes voluntariamente asistirán a las instituciones educativas y alertarán a las autoridades y profesionales de los DECE para que actúen de acuerdo a los protocolos establecidos.

Esta campaña es netamente informativa en donde están involucrados no solo los jóvenes sino también están los padres de familia, autoridades y demás estudiantes que conforman los centros educativos, esto ayudara a que todos conozcan sobre el peligro del consumo de drogas, las causas y las consecuencias.

#### 6.1.2.4. Construye una pasión



*Imágen 6 Campaña Construye una Pasión*

*Fuente: [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (2015)*

Campaña realizada por: Agencia Publicis

Nombre de campaña: Construye una pasión

Fecha de lanzamiento: 13 de marzo del 2015

Enlace: [https://www.youtube.com/watch?v=coN1Tsv\\_2es](https://www.youtube.com/watch?v=coN1Tsv_2es)

El objetivo es sensibilizar a los jóvenes españoles de 14 a 25 años acerca de la importancia de que se formen como personas –“que llenen su vida”- para ser menos vulnerables a los consumos de drogas.

Esta campaña se realizó en España, propone que llenen su vida de intereses, de amistad, de encuentros, de compromiso social o de lo que quieran para, de esa forma, ser menos vulnerables a las drogas. Que se construyan como personas autónomas y no 'dependientes' de ninguna sustancia que condicione e invada su tiempo de ocio, sus relaciones sociales, sus posibilidades de futuro, que afecte sus relaciones familiares o su desarrollo profesional.

### **6.1.2.5. Vuelve a ser inteligente, no fumes marihuana**



*Imágen 7 Campaña Vuelve a ser inteligente*

*Fuente: Conace Chile (2008)*

Campaña realizada por: Secretaria ejecutiva de Conace-Chile

Nombre de campaña: “Vuelve a ser inteligente, no fumes marihuana”

Fecha de lanzamiento: 03 de diciembre del 2008

Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=IcSNKBkcX6Y>

Las piezas audiovisuales tienen como concepto central un “Manual para personas bajo la influencia de la marihuana”, con instrucciones para situaciones cotidianas muy sencillas de realizar, pero que el protagonista un adolescente efectúa con dificultad, pues tiene disminuidas sus capacidades, a raíz del uso de esta droga. El spot contiene mensajes directos respecto a los riesgos a corto y largo plazo del uso de marihuana, entre otras, que desmotiva, altera la memoria y baja el rendimiento, junto a evidencia sobre el poder adictivo de esta sustancia.

### **6.1.3. Descripción del proyecto**

Para la aplicación de estas estrategias se plantea utilizar dos tipos de medios visuales tanto el impreso como el digital, estos dos tipos de medios son necesarios para que el mensaje que se va a transmitir sea captado de forma clara y que la información emitida se quede en la mente de los estudiantes.

Para la elaboración de todas piezas graficas que se va utilizar en las estrategias van hacer creadas con el sistema 80-20, es decir, 20% de texto y 80% de imagen, lo que se pretende es

que al utilizar imágenes el mensaje que se quiere transmitir al estudiante sea comprendido y gracias al 20% de texto ayudara a reforzar el mensaje.

La utilización de gigantografías tiene un nivel de visibilidad más amplio, por el simple hecho es una pieza gráfica de dimensiones grandes que una vez implementada tendrá más duración ya que esta realizado con materiales para publicidad externa y que permanecerá por el transcurso de todo el año lectivo. En cuanto a los roll up son realizados con los mismos materiales esta pieza gráfica también tiene un nivel de durabilidad muy amplio que ayuda a que la información este presente por mucho tiempo.

Los afiches y los trípticos son piezas gráficas que ayudan a completar la información impartida en las conferencias, en estas piezas gráficas se planteara las causas y consecuencias que tiene el consumo de drogas, estadísticas sobre la drogadicción juvenil entre otros temas que ayuden al estudiante para que no vaya por esos caminos.

Según el portal web CNN en español en un nota escrita por Kelly Wallace, trata que los adolescentes pasan 9 horas al día navegando en internet, esta estadística es muy importante para la elaboración de las estrategias, ya que en una de ella nos basamos en redes sociales, gracias a este estudio podemos darnos que la aplicación en redes sociales va a tener un nivel de aceptabilidad muy grande por parte de los estudiantes.

El portal Brandwatch establece una serie de estadísticas que debemos tomar en cuenta en el momento de aplicar nuestras estrategias, según el portal casi un cuarto de la población mundial (un 22,9%) usa Facebook, desde la 1 pm hasta las 3pm es cuando más personas están conectada en esta red social, los usuarios tienen un promedio de 155 amigos en Facebook, esta cifra nos puede ayudar a que las estrategias puedas tener un alcance mayor.

En cuanto a la red social Instagram, el portal trata que un 32% de los adolescentes consideran que Instagram es la red social más importante, para enero de 2017 se habían compartido 40 mil millones de fotografías en Instagram, esta red social también es otro camino para poder compartir las estrategias planteadas y que al igual que Facebook nos ayuda a expandir la información hacia las demás personas.

Lo que se pretende con estas estrategias es que los estudiantes conozcan de mejor manera los problemas que tienen el consumo de drogas, estas estrategias se lo realizaran una tras otras, la primera estrategia es de lanzamiento, tendrá una duración de una semana, lo que se pretende con esta estrategia es generar espesativa en los estudiantes mediante afiches que se aplicaran en el establecimiento, estos afiches estarán constituidos únicamente de imágenes sobre las drogas sin nada de texto, lo que se pretende es que los estudiantes tengan inquietud sobre de que se trata estos afiches, a que problemática estén enfocados.

Le segunda estrategia es de visibilidad, tendrá una duración de una semana, en esta estrategia lo que se va a realizar la implementación de piezas graficas como gigantografias, roll up, afiches, infograffias dando a conocer sobre los problemas del consumo de drogas de igual manera generar presencia de la marca en los estudiantes.

La tercera estrategia de confianza, durara dos semanas, la primera semana se realizara una acción fuerte con el objetivo de llevar a la concientización de los estudiantes, esta acción está basada en la visita de los estudiantes a centros de reclusión de personas con problemas de consumo de drogas, los estudiantes tendrán la posibilidad de tener un contacto directo con estas personas, estas personas podrán contar como comenzaron en las drogas, cual son las fases y como terminaron, lo que se pretende con esta acción es que los estudiantes convivan con estas personas y analicen de mejor manera si quieren hacer parte de este grupo de personas. Otra fase de esta estrategia que de igual manera tendrá la duración de una semana, es la implementación de conferencias hacia los estudiantes con temas enfocados sobre el consumo de drogas por parte de personas especializadas en el tema, una vez terminada estas visitas y conferencias, se les entregara material promocional a los estudiantes que asistan a estos eventos, el objetivo de la entrega de este material a los estudiantes es que la información impartida por parte de estas estrategias comunicación se quede en la mente del estudiante. Con la entrega de estos elementos que son indispensables para el aprendizaje, lo que se quiere es que el mensaje inconscientemente forme parte en la vida estudiante.

La cuarta estrategia de posicionamiento, se va a trabajar en dos semanas, la primera semana se utilizara redes sociales para complementar y reforzar las estrategias ya implementadas, lo que se pretende es la creación de fan page en Facebook e Instagram que ayude a reforzar la

información y llegar a mas estudiantes no solo de la institución que se está trabajando, ya que las redes sociales tiene un alcance mayor y puede llegar a los demás estudiantes de la ciudad y del país. Mientras que en la siguiente semana se realizara la aplicación de stickers tanto en los baños de los chicos como de las chicas, también en las gradas de los edificios de bachillerato como en los bares de la institución, esto ayudara a posicionar de mejor manera la marca ya que va estar en todos los lugares del establecimiento.

La quinta y última estrategia es de expansión tendrá una duración de una semana, lo que se pretende con esta estrategia es llegar a los demás estudiantes que conforman la unidad educativa “Guayaquil”, docentes, personal administrativo, se utilizaran todas las piezas graficas de las estrategias anteriores para llegar a un grupo de personas más amplio, ya que el problema del consumo de drogas no solo afecta a un grupo determinado de personas.

## **6.2. Diseño y desarrollo del producto y/o prototipo**

### **6.2.1. Identificador**

#### **Público objetivo**

El público objetivo al que va dirigido las estrategias comunicacionales son los estudiantes de bachillerato de la unidad educativa Guayaquil, los mismos que están comprendidos entre las edades de 15 a 18 años.

Este grupo de personas al que nos vamos a dirigir forman parte de la generación Z, esta generación es netamente tecnológica, pasan la mayor parte de su tiempo navegando en internando y utilizando las redes sociales como Facebook, Instagram, whatsapp, youtube entre otros.

La mayoría de los estudiantes viven en zonas rurales ya que el establecimiento mismo está ubicado a las afueras del centro de la ciudad, como la institución es un establecimiento fiscal el estatus económico de los estudiantes de nuestro público objetivo es medio-bajo.

#### **Mensaje**

Para que las estrategias comunicacionales funcionen de manera correcta se debe crear un mensaje que sea aceptado por nuestro público objetivo.

### “Una vida libre de drogas”

Este mensaje se lo escogió mediante la investigación de campo realizada a los estudiantes en donde el 80% de estudiantes dieron como muy aceptable este nombre para utilizarlo en las diferentes piezas graficas se van hacer aplicadas en la institución.

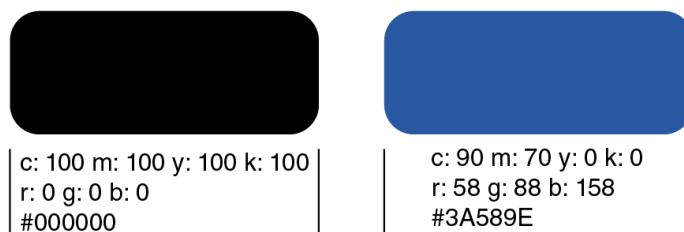
El estilo y tono de los mensajes que se van a transmitir a los estudiantes serán claros, concisos y directos para que el estudiante pueda comprender y analizar la información que se va impartir por medio de las piezas gráficas.

### Concepto

El concepto que se va utilizar para el diseño de las piezas graficas es **seriedad**, ya que estamos enfrentando un problema social como la drogadicción que con el pasar del tiempo el porcentaje de consumo se va incrementando, es por ello que las piezas graficas tiene que ser severas para que se dé cuenta que el uso de drogas es grave para su salud.

### Cromática

La cromática que se va utilizar para elaboración del identificador del mensaje será una combinación entre el azul y el negro, esta combinación de colores nos ayudara para transmitir seguridad, confianza y seriedad del tema que estamos tratando complementado con el correcto manejo de la tipografía que ayudara a que las piezas graficas sean comprendidas de mejor manera.



*Imagen 8 Cromatica identificador*

El color negro es un color fuerte que está asociado con la modernidad, sobriedad y sobre todo la seriedad que se debe tener cuando se trata sobre problemas sociales, este color también nos ayuda a que haya mejor legibilidad en las piezas gráficas.

El color azul es un color frío que está asociado con la seguridad y confianza que queremos transmitir por medio de las diferentes piezas gráficas hacia los estudiantes, el color azul también está asociado con la vida, con este color también queremos transmitir al estudiantes llevar una vida sana libre de cualquier consumo de sustancias que alteren el comportamiento del estudiante.



*Imagen 9 Identificador*

Para la construcción del mensaje se lo realizó mediante la unión de la tipografía y un icono que todos lo conocemos que es la mano con el dedo hacia arriba más conocido como “like”, este icono es utilizado en todas las redes sociales para aprobar alguna acción específica o para dar un me gusta para alguna foto, video, imagen, acción, etc.

Gracias a la utilización de este icono el mensaje que vamos a transmitir va permanecer en la mente de los estudiantes, porque el icono ya está posicionado y además es muy fácil de reconocer por su forma simple de representación, este icono ayudara a reforzar el mensaje que queremos transmitir ya que está afirmando nuestro mensaje. Como al público que nos estamos dirigiendo son netamente tecnológicos la mejor manera de plantear nuestro identificador es un icono que ellos pueden reconocerlo y están familiarizados, esto ayudara a que nuestro identificador de igual manera sea recordado por nuestro público.

El identificador de la marca también se lo podrá utilizar de manera positiva o negativa cuando el mismo pierda su visibilidad en algún fondo y no se pueda captar de mejor manera.



## Tipografía

El sistema tipográfico que se va utilizar para las diferentes piezas graficas de las estrategias es Helvetica LT Std, esta tipografía forma parte del grupo san serif, esta tipografía se caracteriza por no tener serifas, esto ayuda a que el texto sea legible en estos muy grandes y también en textos pequeños. Esta tipografía transmiten modernidad, seguridad y confianza puntos claros de debemos tener en cuenta para la creación de las piezas graficas que se va utilizar.

### **HELVETICA LT STD BLACK (TÍTULOS)**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890.,!@#\$%^&\*()**

### **HELVETICA LT STD BOLD (SUB-TÍTULOS)**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890.,!@#\$%^&\*()**

### **HELVETICA LT STD ROMAN (CONTENIDO)**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890.,!@#\$%^&\*()**

*Imagen 10 Tipografia*

## **6.3. Estrategias Comunicacionales**

### **6.3.1. Estrategia de Lanzamiento**

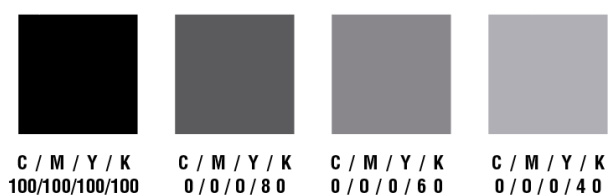
Para la primera estrategia se utilizara afiches publicitarios, estos afiches tienen una dimensión de la super A3 o 33,02\*45,75 centímetros, el material que se lo va a realizar es papel couche de 150 gr, impresión a full color.

#### **Objetivo:**

Causar expectativa en los estudiantes sobre el tema que se va a tratar.

**Cromática:**

La cromática utilizada para la primera estrategia son tonalidades del color negro y color gris, lo que se pretende transmitir con la unión de estos dos colores es la seriedad sobre el problema que se está tratando y a la vez el misterio ya que para esta estrategia no se va utilizar texto solo imágenes.



*Imágen 11 Cromatica Estrategia de Lanzamiento*

## Piezas publicitarias



*Imagen 12 Afiche Estrategia de Lanzamiento*

### **Composición:**

Para la creación de la pieza grafica se realizó mediante una fotografía en plano detalle para dar énfasis al problema que estamos tratando, se utiliza la figura retórica de sentencia ya que se muestra una mano cubierta con una manta que fácilmente se puede denotar que esa persona esta muerta.

### **Evaluación:**

Para la evaluación de la primera estrategia después del tiempo establecido se planificara un conversatorio con los presidentes de curso de bachillerato en el auditorio de la institución con el fin de saber cuál fue sus impresiones sobre las piezas graficas expuestas en la institución la misma que tendrá un formato definido con preguntas acorde a la estrategia.

- ¿Al mirar las afiches publicados en la institución su reacción fue?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- ¿Qué le pareció el contenido visual expuesto en la institución?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- ¿Le gustaría que se siga publicando más material visual sobre este tema?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- ¿Al mirar las afiches publicados se dio cuenta de que tema se está tratando?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

### **6.3.2. Estrategia de Visibilidad**

Para la segunda estrategia se utilizaran gigantografías, roll up, afiches informativos e infografías.

- Las gigantografías se van a realizar en el material de lona publicitaria de impresión para exteriores de 130 onzas, impresión full color, dimensiones de 400\*200 centímetros.
- De igual manera para el roll up se va utilizar el mismo material de las gigantografías con dimensiones de 200\*80 centímetros.
- Las infografías se lo va realizar en dos materiales primero impresión full color en vinil mate laminado para mayor duración y pegado en cyntura de 3 líneas, esta infografía tendrá una dimensión de 300\*150 centímetros.

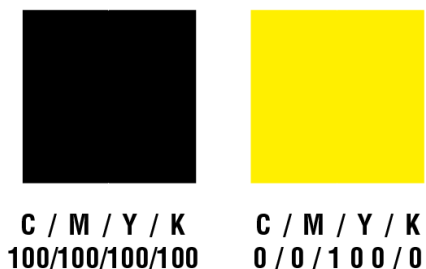
#### **Objetivo:**

Generar presencia de marca en los estudiantes del establecimiento, dar a conocer sobre los problemas del consumo de drogas.

#### **Cromática:**

Se utilizara el color amarillo y el color negro, el color amarillo es un color más luminoso por ende atrae rápidamente la atención, este color es utilizado para generar advertencia, peligro,

prevención de alguna situación o problema en específico. Con la combinación estos colores en las piezas graficas lo que se pretende es resaltar avisos sobre el consumo de drogas y de la misma manera esta combinación de colores trasmiten sensaciones de peligro o precaución.



*Imágen 13 Cromatica Estrategia de Visibilidad*

## **Piezas Publicitarias**

### **Gigantografía**



*Imágen 14 Gigantografía Estrategia de Visibilidad*

Para la creación de la gigantografía se utilizó una fotografía en plano general para tener mayor visibilidad de la fotografía, también se trabajó mediante la figura retórica de la metáfora, esta figura retórica esta aplicada al intercambiar la jeringa por un esfero pero que la misma nos da entender el mensaje que queremos transmitir, de la misma forma se aplicó el principio de jerarquización de las Leyes de la Gestalt esto ayuda a tener una mejor legibilidad jerarquizando como primer punto la fotografía después el identificador y por último el contenido que ayuda a reforzar todo el mensaje que se quiere transmitir.

### Afiche Publicitario

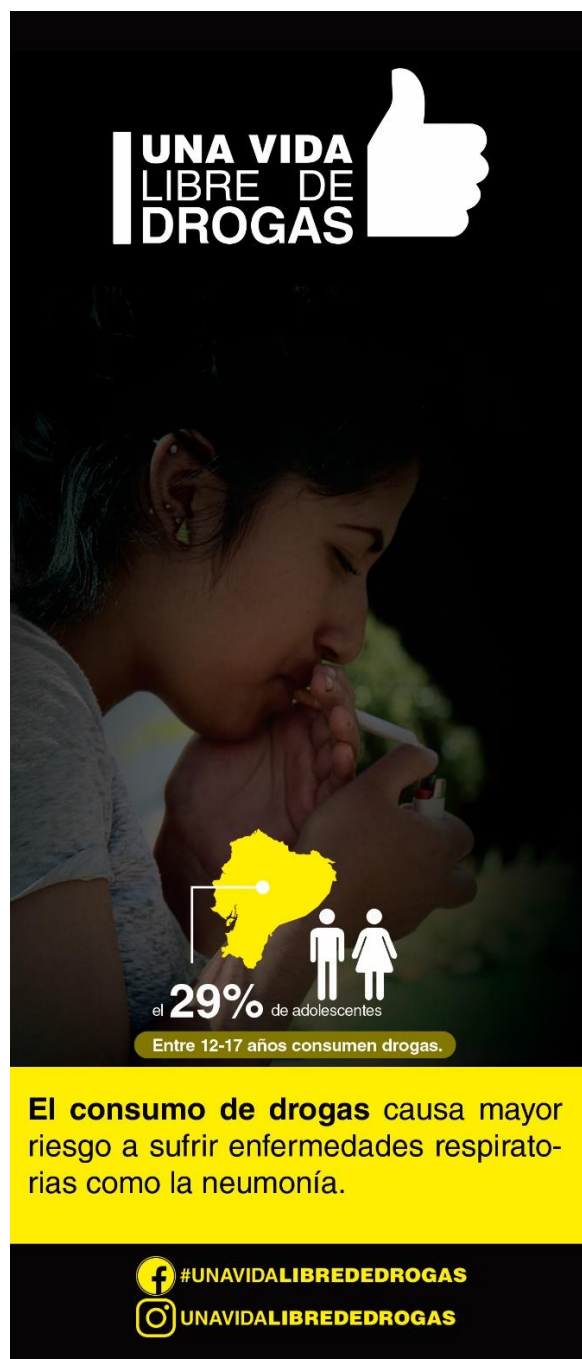


*Imágen 15 Afiche Estrategia de Visibilidad*

De la misma forma que se trabajó en gigantografía se utilizó una fotografía en primer plano para tener una visión más específica de lo que queremos transmitir, de la misma forma se

utilizó el principio de jerarquización para obtener una pieza grafica equilibrada teniendo como resultado una mejor percepción del mensaje que estamos transmitiendo.

### Roll up



*Imágen 16 Roll up Estrategia de Visibilidad*

Para la creación del roll up se utilizó una fotografía en plano medio de una chica encendiendo un cigarrillo, de la misma forma se utilizó el principio de la jerarquización para que la pieza grafica este equilibrada y se pueda percibir de mejor manera el contenido.

## Infografía



Imagen 17 Infografía Estrategia de Visibilidad

Para la creación de esta pieza grafica realizo con elementos básico del diseño que es color, la tipografía, planos, líneas y puntos que la unión de estos elementos forman una composición gráfica, en cuanto a las Leyes de la Gestalt se utilizó el principio de la jerarquización con el fin de tener un orden de lectura, de la misma manera se utilizó la ley del contraste, esta ley ayuda la composición sea agradable a la vista y pueda ser percibida de la mejor manera.

## Evaluación:

Para evaluar la estrategia se va realizar mediante una encuesta a 20 estudiantes sobre el tema que se trató con el fin de verificar si la estrategia está dando resultados.

- ¿Al mirar las piezas publicitarias puestas en la institución su reacción fue?

Muy Aceptable ( ) Poco Aceptable ( ) Nada Aceptable ( )

- ¿Qué le pareció el contenido visual expuesto en la institución?

Muy Aceptable ( ) Poco Aceptable ( ) Nada Aceptable ( )



- ¿Las piezas publicitarias ayudaron a entender de mejor manera el problema del uso de drogas?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- ¿Desearía obtener más información sobre el uso de drogas?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- ¿Le gustaría que el contenido visual permanezca más tiempo en la institución?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

### **6.3.3. Estrategia de Confianza**

Para esta estrategia se utilizar dos tipos de medios publicitarios, material impreso que se va utilizar son trípticos informativos realizados en papel couche de 120 gr a full color, el tríptico se lo realizara en dimensiones de la super A3 o 33,02\*45,75 centímetros, mientras que la aplicación de elementos promocionales para los estudiantes como agendas, esferos y un adorno adicional como es una pulsera de tela ayudara a que la marca esté presente en el estudiante.

#### **Objetivo:**

Generar pregnancia de marca por medio de los elementos promocionales.

#### **Cromática:**

Para la creación de los elementos publicitarios se lo realizar con la combinación entre el color naranja y color negro, el color naranja es otro de los colores que tiene una visibilidad muy alta y es muy útil en el momento de captar la atención del público, gracias a la combinación de estos colores podemos captar la atención de los estudiantes y así transmitir información sobre la problema y que la misma información se quede en la mente de ellos.



C / M / Y / K  
100/100/100/100



C / M / Y / K  
0/60/100/0

Imágen 18 Cromática Estrategia de Confianza

**Piezas publicitarias**

**Trípticos informativos**

**UNA VIDA LIBRE DE DROGAS**

Según el CONSEP los adolescentes tienen acceso a los siguientes tipos de drogas:

Marhuana	15%
Droga H	8%
Cocaína	6%
Éxtasis	4%
Basa	3%

4% CONSUMO ALCOHÓLICO EN LOS ADOLESCENTES  
21% FUMAR CIGARRILLOS EN LOS ADOLESCENTES

**Causas del consumo de DROGAS**

01 **Curiosidad**  
Es el principio de las adicciones.

02 **Drogas Prescritas**  
Las drogas recetadas por los doctores y compradas en la farmacia, pueden volver adictivas.

La Drogadicción en el ECUADOR  
El 29% de adolescentes Entre 12-17 años consumen drogas.

**En centros educativos:**

03 **Presión Social**  
Para ser aprobado en un determinado grupo.

04 **Acceso Fácil**  
Facilidad para comprar algún tipo de droga.

05 **Mejorar Desempeño**  
Intento para aumentar su desempeño en lo deportivo o académico.

06 **Falta Motivación**  
Buscan experimentar sensaciones de alivio o euforia.

**Consecuencias del consumo de DROGAS**

01 **Economía**  
El destino la mayor parte del dinero a comprar drogas, genera a todo derribo.

02 **Conducta**  
La droga se vuelve casi lo más importante, los adictos se tornan egoístas y egocéntricos.

03 **Salud física**  
El consumo de drogas causa la muerte.

04 **Tolerancia**  
Adicción a las drogas.

**NO SEAS MÁS DEL MONTÓN**

Imágen 19 Tríptico Estrategia de Confianza

Para la creación de la pieza grafica de igual manera se utilizaron elementos básicos del diseño que ayudan a generar una composición como el color, la tipografía, forma, líneas, puntos, planos. En cuanto su estructura se aplicó el principio de la jerarquización para tener una mejor legibilidad, del mismo modo se aplicó la ley del contraste para haya una mejor percepción y se puede entender de mejor manera la información que queremos transmitir.

### **Agenda y lápiz**



*Imágen 20 Agenda y lápiz Estrategia de Confianza*

Para la creación de esta pieza grafica realizo con elementos básico del diseño que es color, la tipografía, planos, líneas y puntos que la unión de estos elementos forman una composición gráfica, en cuanto a las Leyes de la Gestalt se utilizó el principio de la jerarquización con el fin de tener un orden de lectura, de la misma manera se utilizó la ley del contraste, esta ley ayuda la composición sea agradable a la vista y pueda ser percibida de la mejor manera.

## Pulseras



*Imágen 21 Pulseras Estrategia de Confianza*

Para la creación de la pieza grafica de igual manera se utilizaron elementos básicos del diseño que ayudan a generar una composición como el color, la tipografía, forma, líneas, puntos, planos, del mismo modo se aplicó la ley del contraste para haya una mejor percepción y se puede entender de mejor manera la información que queremos transmitir, en cuanto su estructura se aplicó el principio de la jerarquización para tener una mejor legibilidad y simetría en el diseño.

### **Evaluación:**

Para evaluar la estrategia se va realizar mediante un conversatorio con estudiantes para ver

- ¿Qué le pareció el contenido visual entregado en la institución?  
Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )
- ¿Utiliza de manera regular los elementos promocionales entregados?  
Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )
- ¿Cuál es su percepción sobre las diferentes piezas publicitarias expuestas y entregadas en el establecimiento?  
Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )
- ¿Con la aplicación de las piezas graficas ayudaron a incrementar tu conocimiento sobre los problemas que causan las drogas?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

#### 6.3.4. Estrategia de Posicionamiento

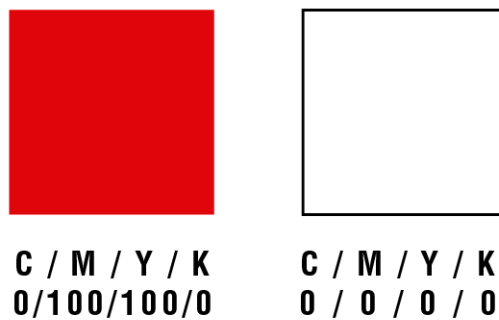
Utilización de redes sociales para la difusión de la información y aplicación de stickers en el establecimiento.

##### **Objetivo:**

Generar posicionamiento de la marca en la mente de los estudiantes.

##### **Cromática:**

Se utilizara el color rojo, ya que el color rojo tiene una visibilidad muy alta, es decir, llama la atención con facilidad, este color también es reconocido por ser del fuego y de la sangre por lo que se le asocia con el peligro, la guerra, etc. Este color por tener un nivel de visibilidad muy alta se utilizan en avisos importantes, prohibiciones o llamadas de precaución, que para nuestro el color rojo es utilizado para alertar a nuestro público objetivo sobre el problema que se está tratando.



*Imagen 22 Cromática Estrategia de Posicionamiento*

## Piezas graficas

### Stickers



*Imágen 23 Stickers Estrategia de Posicionamiento*

Para la creación de estas piezas graficas se realizo con elementos básico del diseño que es color, la tipografía, planos, líneas y puntos que la unión de estos elementos forman una composición gráfica, en cuanto a las Leyes de la Gestalt se utilizó el principio de la jerarquización con el fin de tener un orden de lectura, de la misma manera se utilizó la ley del contraste, esta ley ayuda la composición sea agradable a la vista y pueda ser percibida de la mejor manera.

## Redes sociales

### Facebook



*Imágen 24 Perfil Facebook Estrategia de Posicionamiento*

La plataforma Facebook nos ayuda a llegar a mas personas por ser una red social, con la creación de una pagina en pagina en Facebook lo que se pretende es ganar credibilidad y cercanía con nuestros usuarios, esta herramienta es muy principal al momento que se quiera difundir los mensajes ya que tiene un alcance muy amplio para llegar hacia las demás personas que no formen parte de nuestro publico al que esta dirigido esta pagina. Con la creación de esta pagina nuestro publico podrá compartir las publicaciones, de la misma manera podrá enviarnos sugerencias por medio de mensajes, es decir podemos tener comunicacion directa entre el administrador de la pagina y los usuarios de la pagina. Para el tamaño de las fotos que se a publicar en el sitio web se recomienda subir imágenes de 1200 x 630 píxeles como máximo.

## Instagram



*Imágen 25 Perfil Instagram Estrategia de Posicionamiento*

Instagram es una red social que al igual de Facebook tiene muchos usuarios, esta red social funciona de la misma manera que Facebook de igual forma en esta red social el usuario podrá dar un me gusta a las publicaciones emitidas por la página del mismo modo podrán enviar mensajes para sugerir algún cambio en la página sobre los contenidos que se esta



compartiendo. Para la imagen de línea de tiempo se utilizara de 1080x1080 pixeles, para imágenes de Instagram stories se utilizara el formato de 1080x1920 pixeles.

### **Evaluación:**

Para evaluar la estrategia se va realizar mediante una encuesta a estudiantes sobre el tema que se trató con el fin de verificar si la estrategia está dando resultados.

- ¿La aplicación de redes sociales ayudaron a que entiendas de mejor manera el problema del consumo de drogas?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- ¿Qué le pareció el contenido visual expuesto en las redes sociales?

Muy Aceptable ( )      Poco Aceptable ( )      Nada Aceptable ( )

- También se evaluara mediante el conteo de likes recibidos por partes de los usuarios.
- Conteo de publicaciones compartidas por medio de los usuarios de las paginas de Facebook e instagram.
- Cuantos seguidores ah conseguido tanto la pagina de Facebook como la de Instagram.

### **6.3.5. Estrategia de Expansión**

Utilización de todos los elementos publicitarios aplicados en las etapas anteriores en todo el establecimiento para los demás estudiantes y personal administrativo que conforman la Unidad Educativa Guayaquil.

Para la realización de esta etapa se volverá a ocupar la tres etapas anteriores que comprendes las estrategias visibilidad, confianza y posicionamiento, lo que se pretende con estas etapas es que los demás estudiantes que asisten a la institución y personal administrativo este al tan tanto sobre los problemas que causa el uso de drogas, ya que el problema que se esta tratando es algo serio que no solo afecta a loas jóvenes de 15 a 17 años, también los niños corren el mismo riesgo de igual manera que las personas adultas, es por ello que se pretende informar a todo el establecimiento sobre los problemas que tiene el ingerir estas sustancias.

**Objetivo:**

Difusión de las piezas hacia los demás alumnos y personal administrativo de la institución.

**Evaluación:**

Para evaluar la estrategia se va realizar mediante una entrevista estudiantes y personal administrativo sobre el tema que se trató con el fin de verificar si la estrategia está dando resultados.

- ¿Cuál fue su reacción con las piezas publicitarias expuestas en el establecimiento?
- ¿Le gustaría que se implementes más estrategias comunicacionales que abarquen temas con contenidos de problemas sociales?
- ¿El material visual repartido a los estudiantes ayudaron a conocer más sobre el tema tratado?
- ¿Cuál fue su reacción en el transcurso de la aplicación de las estrategias?
- ¿Qué estrategia comunicacional le gusto más?
- ¿Le gustaría que las piezas publicitarias sean expuestas en los demás centros educativos de la ciudad de Ambato?

**Piezas publicitarias**

## Afiches publicitarios



*Imagen 26 Afiche Estrategia de Expansión*

# Tríptico

**UNA VIDA LIBRE DE DROGAS**

Según el CONSEP las adicciones tienen acceso a los siguientes tipos de drogas:

Marihuana	15%
Drogas H	8%
Cocaína	6%
Éxtasis	4%
Base	3%

CONSUMO ALCOHÓLICO ESTUJENTES: 4%  
 En sus ambientes por lo menos una vez.

Uso de CIGARETOS: 21%  
 Han fumado por lo menos una vez.

**Causas del consumo de DROGAS**

01 **Curiosidad**  
 Es el principio de las adicciones.

02 **Drogas Prescritas**  
 Las drogas recetadas por los doctores y compradas en la farmacia, pueden volver adictas.

La Drogadicción en el ECUADOR

29% de adolescentes  
 Entre 12-17 años consumen drogas.

En centros educativos:

03 **Presión Social**  
 Para ser aprobado se un determinado grupo.

04 **Acceso Fácil**  
 facilidad para conseguir algún tipo de droga.

05 **Mejorar Desempeño**  
 Intenta para aumentar su desempeño en lo deportivo o académico.

06 **Falta Motivación**  
 Buscan experimentar sensaciones de alivio o euforia.

**Consecuencias del consumo de DROGAS**

01 **Economía**  
 El destinar la mayor parte del dinero a comprar drogas, genera el desahorro.

02 **Conducta**  
 La droga se vuelve casi lo más importante, los adictos se tornan egoístas y egocéntricos.

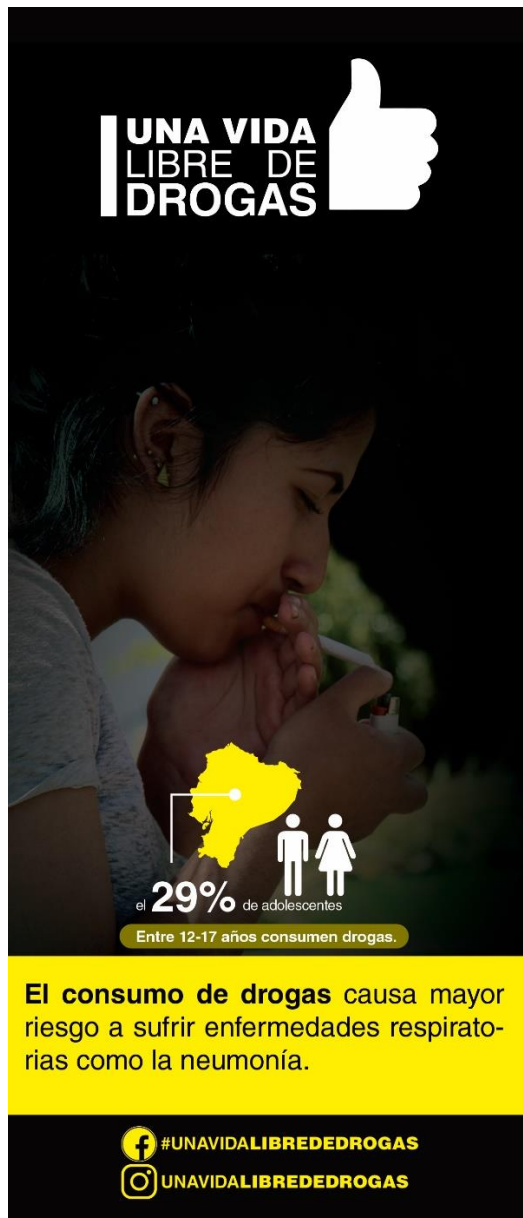
03 **Salud Física**  
 El consumo de drogas causa la muerte.


04 **Tolerancia**  
 Adicción a las drogas.

**NO SEAS MÁS DEL MONTÓN**

Imágen 27 Tríptico Estrategia de Expansión



## Roll up



**UNA VIDA LIBRE DE DROGAS** 

el **29%** de adolescentes  
Entre 12-17 años consumen drogas.

**El consumo de drogas** causa mayor riesgo a sufrir enfermedades respiratorias como la neumonía.

 #UNAVIDALIBREDEDROGAS  
 UNAVIDALIBREDEDROGAS

*Imágen 28 Roll up Estrategia de Expansión*

## Elementos promocionales

### Agenda y lapiz



*Imágen 29 Agenda Estrategia de Expansión*

### Pulseras de tela



*Imágen 30 Pulseras Estrategia de Expansión*

## Stickers



*Imágen 31 Stickers Estrategia de Expansión*

## Aplicación de redes sociales (Facebook, instagram)



*Imágen 32 Perfil Facebook Estrategia de Expansión*



*Imágen 33 Perfil Instagram Estrategia de Expansión*



## BIBLIOGRAFÍA

- Árias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Colegio24hs. (2004). *Drogas*. Buenos Aires: Colegio24hs.
- Com, S., Ackerman, S., & Morel, M. (2012). *Introducción a la Comunicación*. Buenos Aires: Aula Taller.
- Comercio, E. (31 de Mayo de 2017). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com>
- Del Rio, P. (14 de Marzo de 2013). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Canal\\_de\\_Comunicación](https://www.ecured.cu/Canal_de_Comunicación)
- Dianova. (27 de Junio de 2017). *Dianova*. Obtenido de Dianova: <https://www.dianova.ngo>
- Eco, U. (1972). *Semiología de los mensajes visuales*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Ecoslatinoamerica. (30 de Abril de 2015). *ECOSLATINOAMERICA*. Obtenido de ECOSLATINOAMERICA: <http://ecos.la/LA/9/actualidad/2015/04/30/330/drogas-en-latinoamerica-mas-consumo-y-baja-percepcion-del-riesgo/>
- Educación, S. (24 de Marzo de 2017). *Semana Educación*. Obtenido de Semana Educación: <http://www.semana.com/educacion/articulo/drogas-consumo-de-drogas-en-menores-de-edad-en-colombia-2017/519326>
- Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M., & Lemus, F. (2011). *Comunicación Oral y Escrita*. México: Pearson.
- Formanchuk, A. (11 de Junio de 2002). *gestipolis*. Obtenido de gestipolis: <https://www.gestipolis.com/redes-canales-comunicacion-empresa/>
- Francia, M., Ramírez, P., & Albert, M. (2008). *Adolescencia y drogadicción*. Revista Electrónica de PortalesMédicos.com.
- Guerra, J. (2011). EL ABUSO DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS PSICOACTIVAS EN GESTANTES. *Revista Umbral Científico*, 69-85.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Gráficas Coronas Quito.
- Hora, L. (29 de Junio de 2017). *La Hora*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec>

- Justicia, R. (16 de Julio de 2017). *El Telegrafo*. Obtenido de El telegrafo:  
<http://www.eltelegrafo.com.ec>
- Maletzke, G. (1992). *Sicología de la Comunicación Social*. Quito: Quipus.
- Medrano, C. (11 de Mayo de 2017). *bibliochile.cl*. Obtenido de biobiochile.cl:  
<http://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/chile/2017/05/11/aumenta-un-11-el-consumo-de-alcohol-y-drogas-en-poblacion-infanto-juvenil-chilena.shtml>
- Munari, B. (2017). *Diseño y comunicación visual (2a. ed.)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Nieto, C. M. (2012). MENORES, JÓVENES, EDUCACIÓN, DROGAS Y JUSTICIA. En C. M. Nieto, *MENORES, JÓVENES, EDUCACIÓN, DROGAS Y JUSTICIA* (págs. 15-28). Toledo: Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales.
- Novoa, C. (2 de Junio de 2016). *El Telegrafo*. Obtenido de El Telegrafo:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec>
- Payá, B., & Castellano, G. (2008). Consumo de sustancias. Factores de riesgo y factores protectores. *Revista de formación continuada de la SEPEAP*, 3-12.
- Quijano, M. (1 de México de 2006). *Manual de campaña INEP*. Obtenido de Manual de campaña INEP: <http://manual.inep.org/I/I-III.html>
- Reyes, M. (2009). *Drogas: problema de salud*. Córdoba: El Cid Editor | apuntes.
- Roiz, M. (1996). *Técnicas modernas de persuasión*. Eudema.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana .
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Valverde, L., & Pochet, J. (2006). *Drogadicción: hijos de la negación*. San José: Red Revista de Ciencias Sociales.
- Villafaña, G. (2007). *Educación Visual Conocimientos básicos para el diseño*. México: Trillas.
- Wong, W. (1979). *Fundamentos del Diseño bi y tri dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili .

# ANEXOS



## ENCUESTA

La siguiente encuesta está dirigida a estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Guayaquil. Los cuales han sido seleccionado como muestra para el desarrollo de un proyecto de Investigación de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes.

### Objetivo:

El objetivo de esta encuesta es conocer información acerca del consumo de drogas dentro y fuera del establecimiento.

### Instrucciones:

Marque con una X la respuesta.

1.- Edad \_\_\_\_\_

2.- Sexo M  F

3.- ¿Has probado alcohol, cigarrillo o marihuana?

Si  No

4.- ¿Cuándo sales con tus amigos consumes droga?

Si  No

5.- ¿Con que frecuencia consumes drogas?

Siempre  Casi siempre  Nunca

6.- ¿Puedes conseguir drogas fácilmente cerca a tu establecimiento?

Si  No

7.- ¿Cuánto conocimiento tienes de lo que son las drogas y del daño que éstas pueden ocasionar?

Mucho  Poco  Nada

8.- ¿En tu familia existen algunos miembros que consumen algún tipo de droga legal como cigarrillo, alcohol o tranquilizantes?

Si  No

9.- ¿Piensas que consumir droga ayuda a solucionar tus problemas?

Si  No

10.- ¿Cuál es tu opinión sobre algunas afirmaciones a cerca de las drogas?

- Las drogas hacen daño
- Las drogas producen problemas familiares y sociales
- Las drogas aumentan las sensaciones sexuales
- Las drogas me hacen olvidar mis problemas
- Fumar mariguana es menos dañino que fumar cigarrillo

11.- ¿Has recibido información sobre la drogadicción juvenil?

Si  No

12.- ¿Crees que la Facebook, instagran, YouTube ayuda a prevenir el consumo de drogas en los estudiantes?

Si  No



## ENTREVISTA

La siguiente entrevista está dirigida a docentes de la Unidad Educativa Guayaquil. Los cuales han sido seleccionado como muestra para el desarrollo de un proyecto de Investigación de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes.

**Objetivo:**

El objetivo de esta encuesta es conocer información acerca del índice de consumo y comportamiento de los estudiantes bajo los efectos de las drogas.

- 1.- Nombre y cargo que desempeña en la Institución.
- 2.- ¿Cuántos años esta trabajando en la Institución?
- 3.- ¿Ha detectado en el aula a estudiantes con síntomas de haber ingerido algún tipo de droga?
- 4.- ¿Cuántos casos se han presentado en el presente año lectivo de estudiantes que consumen drogas?
- 5.- ¿Cuál es el tipo de droga mas consumida por los estudiantes?
- 6.- ¿Cómo es el rendimiento de los adolescentes con problema de consumo de drogas a nivel educativo?
- 7.- ¿Se ha incrementado el consumo de drogas en este establecimiento comparándolo con años anteriores?
- 8.- ¿Han detectado proveedores de drogas alrededor o dentro de la institución?
- 9.- ¿Existe algún tipo de restricción para que cualquier persona pueda entrar al establecimiento?
- 10.- ¿Existe piezas publicitarias con información sobre la drogadicción en el establecimiento?
- 11.- ¿Le gustaría a usted contar con la ayuda de un material impreso enfocado a la prevención y orientación sobre el consumo de drogas?



## ENTREVISTA

La siguiente entrevista está dirigida a psicólogos de la Unidad Educativa Guayaquil. Los cuales han sido seleccionado como muestra para el desarrollo de un proyecto de Investigación de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes.

**Objetivo:**

El objetivo de esta encuesta es conocer información acerca del índice de consumo y comportamiento de los estudiantes bajo los efectos de las drogas.

- 1.- Nombre y cargo que desempeña en la Institución.
- 2.- ¿Cómo psicológicamente actúa un estudiante cuando está consumiendo drogas?
- 3.- ¿Cómo influye la sociedad al consumo de drogas en los jóvenes?
- 4.- ¿Cuál es la principal causa que induce a los adolescentes a involucrarse con las drogas?
- 5.- ¿Cómo influyen los diferentes géneros musicales en la conducta del estudiante?
- 6.- ¿Psicológicamente como se puede detectar que un estudiante está consumiendo drogas?
- 7.- ¿Cuáles son las afecciones de una persona cuando consume drogas?
- 8.- ¿Cuántos casos se han presentado en el presente año lectivo de estudiantes que consumen drogas?
- 9.- ¿Cuál es el tipo de droga mas consumida por los estudiantes?
- 10.- ¿Crees que las redes sociales incita al consumo de drogas en los estudiantes?

# FICHA DE OBSERVACIÓN

**Nombre del entrevistador:**

**FECHA:**

**LUGAR:**

NOMBRE ESTUDIANTE	E D A D	S E X O	M E S C U L I N O	AL MIRAR EL VIDEO Y LAS FOTOGRAF IAS SU REACCION FUE			QUE LE PARECE EL CONTENIDO DEL MATERIAL VISUAL PRESENTAD O			SI SE DIFUNDIERA N ESTOS VIDEOS E IMÁGENES QUE PERCEPCION DE COMUNICAC IÓN TUVIERON PARA USTED			PARA USTED UN MENSAJE UNA VIDA LIBRE DE DROGAS ES			AL INTEGRAR UN GRUPO DE AMIGOS QUE GRADO DE PRESION SOCIAL A TENIDO AL HABLARLE SOBRE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS			
				MUY ACEPTABLE	POCO ACEPTABLE	NADA ACEPTABLE	MUY	POCO ACEPTABLE	NADA ACEPTABLE	MUY ACEPTABLE	POCO ACEPTABLE	NADA ACEPTABLE	MUY ACEPTABLE	POCO ACEPTABLE	NADA ACEPTABLE	MUY	POCO ACEPTABLE	NADA ACEPTABLE	