

DISEÑO UNA EXTRATEGIA EDUCATIVA, QUE PERMITA DAR A CONOCER LOS DAÑOS COLATERALES CAUSADOS POR EL ALCOHOLISMO A PARTIR DEL DISEÑO SOCIAL PARA SENSIBILIZAR A LOS JÓVENES DE GRADO 10 EN EL INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL “ITSIM” EN SAN JUAN DE PASTO.

AUTORA: Karol Dayana Botina Calpa
Estudiante Facultad de Arquitectura y Bellas Artes
Programa de Diseño Gráfico
Universidad CESMAG

San Juan de Pasto
Julio de 2022

DISEÑO UNA EXTRATEGIA EDUCATIVA, QUE PERMITA DAR A CONOCER LOS DAÑOS COLATERALES CAUSADOS POR EL ALCOHOLISMO A PARTIR DEL DISEÑO SOCIAL PARA SENSIBILIZAR A LOS JÓVENES DE GRADO 10 EN EL INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL “ITSIM” EN SAN JUAN DE PASTO.

AUTORA: Karol Dayana Botina Calpa
ASESORA: Karol

Universidad CESMAG
Programa de Diseño Gráfico
San Juan de Pasto
Julio de 2022



"SIÉNTETE LIBRE TOMANDO UNA DECISIÓN"



CHAMBER

La marca “CHAMBER” invita a hacerlos sentir parte de un grupo que los comprende y ofrece empatía, donde tomar una decisión depende de ti únicamente, conociendo toda la información de las afectaciones psicosociales del consumo de alcohol sabrás tomar la decisión correcta, no estás solo, todos los problemas tienen solución y aquí estamos para hacerte parte de esta gran aventura.

La siguiente experiencia educativa se divide en facetas en las que se aplicara diferentes piezas de diseño, para el desarrollo informativo hacia nuestros jóvenes, Se pretende ofrecer información para generar un cambio de pensamientos y se guíen en el momento indicado. Siente libre al tomar una decisión para el bienestar, se parte de esta gran aventura, estamos pensando en tu salud psicológica.

Nota de aceptación

El proyecto de grado titulado Diseño una estrategia educativa, que permita dar a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo a partir del diseño social para sensibilizar a los jóvenes de grado 10 en el Instituto Técnico Industrial “TTSIM” en San Juan de Pasto, de la autora Karol Dayana Botina Calpa cumple con los requisitos para ser aprobado como trabajo de grado.

FIRMA DE JURADO

FIRMA DE JURADO

FIRMA DE ASESOR



Nota de responsabilidad

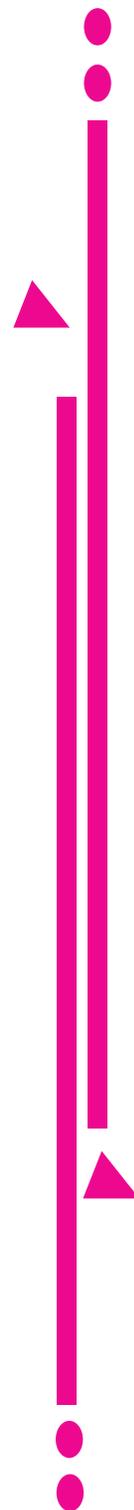
“El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de su autor y no compromete la ideología de la UNIVERSIDAD CESMAG”

Acuerdo número 071 de 2.003 (octubre 15).
Artículo 3. Responsabilidad: “el pensamiento que se exprese en las obras e investigación publicadas o divulgadas por la UNIVERSIDAD CESMAG es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la universidad”.

Agradecimientos

Karol Botina

Primero que todo doy gracias a Dios por la oportunidad de cumplir un sueño más y por todas las bellas personas que coloco en mi camino para que esto sea posible, Gracias a mis padres quienes me enseñaron a cumplir cada sueño, ser fuerte ante las adversidades y todo su apoyo, agradezco con todo el corazón a mi familia y familia Patiño Valencia quienes me han apoyado en todo mi proceso, por su amor incondicional y siempre creer en mí, a mis amigos Karina Andrade, Cristian Rodríguez y Margarita Melo por el apoyo y amor incondicional. Agradezco a mis profesores quienes fueron formadores y guías en el proceso de mi educación, en especial destaco a la profesora Karol Suares quien me ayudado a crecer como persona, ha sido un gran apoyo, Guía y su compromiso en este proyecto, a la comunidad de Alcohólicos Anónimos por su acompañamiento, la psicóloga Gabriela Burbano y su Fundación San José Restaurando Vidas por compartir sus experiencias, fortalezas y por su apoyo en el proceso del proyecto. A Paula Murillo y Amanda Arteaga quienes me han apoyado en todo el proceso y crecimiento tanto personal como emocional, les agradezco con todo mi corazón por su Amistad, comprensión, apoyo y sobre todo su cariño.



CONFINIZIONE



Figura 1 Fuente: <https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/alcoholico.html>

1

CAPITULO Alcoholismo

- 1.1 Alcoholismo como enfermedad
- 1.2 Etapas de la enfermedad
 - 1.2.1 De bebedor social o fase pre alcohólica
 - 1.2.2 Etapa sintomática
 - 1.2.3 Etapa crítica
- 1.3 Alcoholismo en la sociedad
- 1.4 Alcoholismo en Pasto
 - 1.4.1 Conducta y comportamiento
 - 1.4.2 Características del alcoholismo
 - 1.4.3 Grupo de apoyo
 - 1.4.4 Fundaciones

3.5 Interactividad

CAPITULO Juventud ITSIM

2

- 2.1 “ITSIM” Instituto Técnico Industrial
 - 2.1.1 Filosofía Institucional
- 2.2 Jóvenes
 - 2.2.1 Población específica
 - 2.2.3 Roles sociales
 - 2.2.4 Tendencias Juveniles

3 CAPITULO

Diseño Social

- 3.1 Diseño social
- 3.2 Innovación social
- 3.3 Diseño emocional
- 3.4 Comunicación visual
- 3.5 Diseño grafico
- 3.6 Interactividad
- 3.7 Estrategia de comunicación
- 3.8 Gestión de marca
- 3.9 Espacio Sonoro
- 3.10 Fotografía
- 3.11 Realidad Virtual

3.5 Interactividad

CAPITULO

Metodología

4

- 4.1 Ideación Creación
- 4.1.2 Mapa metodología
- 4.2 Concepto de diseño
- 4.3 Desarrollo metodologico
- 4.3.1.1 Empatiza
- 4.3.1.2 Encuestas
- 4.3.1.3 Entrevista
- 4.3.1.4 Observación en cubierta
- 4.3.1.5 Referentes
- 4.3.2 Definir e idear
- 4.3.2.1 Saturar y agrupar
- 4.3.2.2 Qué, cómo, porque?
- 4.3.2.3 Perfil de usuario
- 4.3.2.4 Brainstorming
- 4.3.3 Prototipar y Testea
- 4.3.3.1 Focus group
- 4.3.3.2 Bocetos
- 4.3.3.3 Identidad visual
- 4.3.3.4 Proceso Grafico
- 4.3.3.5 Storytelling
- 4.3.3.6 Test de usuario
- 4.4 Conclusio

RESUMEN ANALÍTICO DE ESTUDIO-RAE

CÓDIGO: E023216

PROGRAMA ACADEMICO: DISEÑO GRÁFICO

FECHA DE LA ELABORACIÓN: 26/07/2022

AUTOR DEL PROYECTO: KAROL DAYANA BOTINA CALPA

TITULO DEL PROYECTO:

Diseño una extrategia educativa, que permita dae a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo a partir del diseño social para sencibilizar a los jóvenes de grado 10 en el Instituto Técnico Industrial “ITSIM” en San Juan de Pasto.

PALABRAS CLAVES:

Alcoholismo, Innovacion Social, Problema, Plantear, Sensibilizar.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

El alcoholismo es una problemática asociada a la dependencia de sustancias psicoactivas, que tiene riesgo de desarrollar problemas de salud tales como trastornos mentales, cirrosis hepática y algunos tipos de cáncer.

Como se observa en la actualidad los jóvenes son influenciados mayoritariamente por la sociedad, añadiendo además su tipo de crianza. Se logra analizar y destacar que de acuerdo a las situaciones que viven en su diario cotidiano, ciertos factores conllevan a consecuencias negativas, así que se plantea una extrategia educativa e interactiva.

1

CAPITULO Alcoholismo

En este capítulo se profundiza el comportamiento, conductas de la sociedad frente al consumo de alcohol siendo temática el alcoholismo en la ciudad de San Juan da Pasto como una enfermedad dentro de todo lo que abarca este campo, ya que se pretende hablar puntualmente de los daños psicosociales que causa el alcohol.

CAPITULO Juventud ITSIM

En la investigación planteada se busca dar a conocer las características de colegio ITSIM Y actitud de los jóvenes frente a esta problemática, el comportamiento, gustos roles sociales y el eje central de su comportamiento.

3

CAPITULO Diseño Social

En este capítulo se desarrolla el tema de la diseño de innovación social ya que se pretende abarcar todo lo comunicacional para la experiencia que se ofresera.

CAPITULO Metodológico

Se describe y se explica la metodología de ideación creación donde se aplica las etapas a desarrollar para el desarrollo de el diseño social e innovador a nuestros jóvenes y se explicara el proceso de cada una.

4



OBJETIVO General

Diseñar una experiencia, que permita dar a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo a partir del diseño social, para sensibilizar a los jóvenes de grado 10 en el Instituto Industrial ITSIM en San Juan de Pasto.

OBJETIVOS Específicos

- Caracterizar la población que padece la problemática del alcoholismo en la ciudad de Pasto.
- Análisis autobiográficos de Luis Gerardo Botina con antecedentes de alcoholismo.
- Identificar las percepciones sobre el alcoholismo en los jóvenes del grado 10 del Instituto Técnico Industrial ITSIM de Pasto.
- Diseño de una estrategia comunicacional educativa, con el fin de sensibilizar la problemática del alcoholismo en los jóvenes, basado en diseño social.

Enfoque

La presente investigación es de tipo cualitativo se caracteriza por realizar procesos de observación, teniendo en cuenta las diferentes anécdotas características de los daños psicosociales del alcoholismo. La población se estudia a través del proceso histórico hermenéutico, ya que la investigación busca conocer y estudiar las causas por las cuales los jóvenes de académica del I.E.M Industrial tienden a tener problemas con el alcohol.

Según (Sampieri, 1014) los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. Tomado en cuenta lo anterior se concluye una herramienta útil para la recolección y análisis de datos, descubriendo preguntas y encontrando respuestas de importancia hacia la investigación.





Método

Esta investigación se apalanca desde el enfoque Hermenéutico-Interpretativo, puesto que esta investigación atiende los problemas existentes con el consumo de alcohol de la comunicación al estudio de los jóvenes de grado 10 en I.E.M Técnico Industrial (ITSIM) enfocada en un proceso de análisis y comportamientos sobre el alcohol.

En efecto (Agreda, 2004, pág. 32) se refiere a la hermenéutica como: “la búsqueda de la comprensión, el sentido y la significación de acción humana, en un contexto de las ciencias del espíritu”, con lo anterior concluimos que hermenéutica es una herramienta con gran utilidad en el sentido de la comprensión del ser humano.

Técnica o Instrumentos

El enfoque en la aplicación de estas técnicas es cualitativo basándose a la recolección de información mediante instrumentos como registro de experiencia vivencial, observación del comportamiento emocional, entrevistas, análisis etnográfico de sus actitudes frente a una situación de alcoholismo. Se requiere profesional o experto en el alcoholismo, personas que tienen experiencia y documentos.

Se realizarán entrevistas estructuradas y no estructuradas, se integrará la observación del comportamiento de los jóvenes de grado 10 que consuman y no alcohol en la Instituto Técnico Industrial ITSIM en San Juan de Pasto frente a esta situación, para estudiar el comportamiento, que los motiva y cómo reaccionan. La recolección de datos, sentirse parte de la investigación, grabar, escribir, saber escuchar de lo que piensan acerca del tema.



Instrumentos

- ⦿ Consentimiento de derechos de imagen.
- ⦿ Registro de datos importantes como el nombre completo, identificación, edad, genero, extracto social, lugar de nacimiento.
- ⦿ Grabaciones audios y videos
- ⦿ Registro y anotación
- ⦿ Registro Fotográfico

Tecnicas

- ⦿ Observación participativa
- ⦿ Entrevistas a expertos, alcoholicos y familias
- ⦿ Grupos de apoyo, revisión de documento

Área de investigación

Área: Humanidades

Sub - Área: Arte Disciplina Diseño

Linea de investigación

IDEOGRAMA COLECTIVO

Línea de investigación Diseño, Innovación, Cultural y Sociedad del grupo de investigación ideograma colectivo según su justificación y pertinencia como lo expresan. (Murillo, 2018)

Es importante indicar también la fuerte vinculación del diseño a las nuevas perspectivas de la globalidad y como se le ha cargado una enorme responsabilidad y ha asumido el gran comportamiento de ser elemento de confianza de los procesos de innovación propuestos y aceptados en modelos políticos, sociales y de desarrollo; este camino ha permitido entender las nuevas formas de como el diseño se compromete e interactúa dentro de una sociedad dispuesta a la revolución, PEP de diseño gráfico 2015. La práctica del diseño como modelos de gestión y como método creativo de resolución de problemas conocidos como pensamiento de diseño que en la actualidad ha asumido un importante rol como iniciativa de innovación social y productiva.





Unidad de Análisis

- ⊙ Alcoholismo
- ⊙ Jóvenes de grado 10 en el Instituto Técnico Industrial ITSIM, entorno al alcoholismo y su entorno.
- ⊙ Alcohólicos Anónimos

Población

Los participantes del proyecto se conforman por 10 jóvenes de grado 10 que tienen una vida social activa en la Instituto Técnico Industrial ITSIM, entorno al alcoholismo. La investigación de los daños psicosociales del alcoholismo como recurso de información y fuente de motivación, además se contará con la participación de 2 personas que pertenecen a Alcohólicos Anónimos y 1 psicólogo especializado en esta patología.

Muestra

Diversidad de propuestas visuales, desenlazándose de la narrativa vivencia de Luis Gerardo Botina.

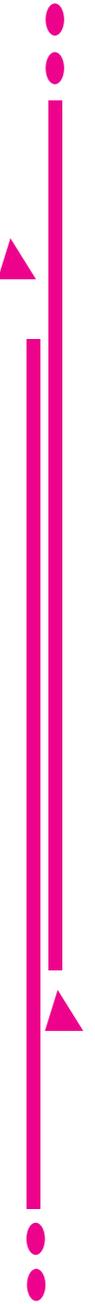
La muestra para el ejercicio experimental será de 10 estudiantes.

INTRODUCCIÓN

Por medio de este proyecto, se busca dar a conocer las afectaciones psicosociales del alcoholismo, vislumbrando daños emocionales, físicos y psicológicos siendo que el alcohol acarrea comportamientos negativos en la vida de la persona que se vuelve dependiente, de igual manera se explicará las consecuencias que se presentan por el consumo.

Ahora bien, por medio de la intervención del diseño gráfico se puede tomar una perspectiva positiva, informando directamente y teniendo claro el problema del alcoholismo, beneficiado a la población en estudio, haciendo que su proyecto de vida como persona y como padre de familia se edifique, ofreciéndole oportunidades tanto a él como a la comunidad que lo rodea. Para tal fin, se pretende que los jóvenes escuchen atentamente las causas y consecuencias del consumo de alcoholismo, permitiendo que se sientan motivados a salir adelante, aprendiendo a decir “NO” y manteniendo esta decisión, evitando así caer en esta terrible dependencia. Las afectaciones psicosociales del alcoholismo, ha sido el protagonista clave para plantear una propuesta de innovación social, para sensibilizar a los jóvenes del grado 10 en el Colegio Industrial de la ciudad de San Juan de Pasto, con respecto a la problemática a tratar ya descrita.

Por lo tanto, el alcoholismo es una problemática asociada a la dependencia de sustancias psicoactivas, está asociada con el riesgo de desarrollar problemas de salud tales como trastornos mentales, cirrosis hepática y algunos tipos de cáncer. En la actualidad los jóvenes son fácilmente influenciados, ya sea por el medio en que se desenvuelven, como las redes sociales, sumado a estos factores está el de crianza, si en casa existen reglas y se cumplen es más fácil encaminar al adolescente a que tome buenas alternativas, al contrario cuando en casa los mayores son permisivos el adolescente se encuentra tentado a caer con más facilidad.



CONTEXTUALIZACIÓN

Macro contexto

San Juan de Pasto es una de las ciudades colombianas con un registro altamente proporcional en los jóvenes y adultos en el alcoholismo. Catalogada como la segunda ciudad con mayor consumo del país.

Es así como para (Betancourth- Zambrano S, 2017)

“Quien cuenta que el licor se ha convertido en una sustancia psicoactiva y de un consumo mayor al de las drogas, es preocupante ver como los habitantes de esta ciudad consumen esta sustancia con una gran desesperación. El 65% de estudiantes consumen alcohol, 32% tabaco y un 8% consumen drogas ilícitas; las estadísticas indica que el consumo de alcohol es cuatro veces más que otras sustancias”.

Lo expresado por el autor, se puede inferir que el alcohol es la sustancia más consumible, conllevando esta adicción a consumir otra clase de sustancias dentro de la misma, donde se llegan a provocar daño físico como psicológico sin darse cuenta.

Por lo tanto, la dependencia al alcohol involucra un gran número de personas, las cuales niegan su dependencia aludiendo que pueden parar en cualquier momento, sin darse cuenta que entre más consumen caen más a la dependencia causándose problemas emocionales, tanto a ellos como a su entorno, lo que conduce a una afectación social, económica, psicológica repercutiendo en su salud.

Al respecto, (Anónimos, 1995), argumenta que:

“El alcoholismo es una enfermedad que no tiene cura, pero se puede controlar trabajando en muchos aspectos del consumidor, el primer paso importante que se debe hacer es querer dejar de beber. Basándome a lo anterior podría afirmar que las personas tienen una nueva oportunidad, para mejorar en diferentes aspectos en su vida y avanzar un paso a la vez sanando psicológicamente.”

Micro contexto

El desarrollo de la investigación y su micro contexto se articula en la I.E.M Técnico Industrial (ITSIM), se encuentra ubicado en el Barrio Aurora la institución crea un ambiente educativo fortalecidos en la práctica de principios morales, valores humanos y el respeto. Esta institución se orienta los conocimientos de manera idónea que fortalecen habilidades que concernientes a la formación técnica industrial en sus diferentes modalidades.

La Institución, se ocupará siempre en la búsqueda de estrategias que permitan una mejor preparación de sus estudiantes en las diferentes especialidades que ofrece, dándose a la tarea de vincular a los alumnos con instituciones del sector productivo, ya sea público o privado para que tengan un escenario real de prácticas profesionales. Lo anterior se sustenta en que al ingresar los alumnos en un escenario real de prácticas, obtendrán la experiencia necesaria para el ejercicio de su profesión y de esa manera, al egresar de las aulas serán agentes pro activos en cualquier institución que se incorporen a brindar sus servicios laborales o bien al emprender o generar nuevas empresas

Descripción del Problema

Se detectó la necesidad de trabajar el tema del alcoholismo y abordarlo por medio del diseño gráfico, porque se encontró la ausencia de mecanismos no existentes los cuales no han logrado impartir la información adecuada a los problemas psicosociales que conlleva el alcoholismo, ya que el reducir el uso nocivo del alcohol mediante medidas normativas eficaces y la infraestructura necesaria para aplicarlas correctamente no es una cuestión que se circunscriba a la salud pública. En realidad, es un asunto de desarrollo personal, así que en gran variedad de problemas relacionados con el alcohol pueden tener repercusiones devastadoras en las personas y sus familias; además, pueden afectar gravemente a la vida, las afectaciones psicológicas, físicas, emocionales el cual es uno de los cuatro factores de riesgo de enfermedades no transmisibles importantes que son susceptibles de modificación y prevención.

Se observó un gran consumo de alcohol, en la población comprendida entre los 18 y 24 años, a esta edad los jóvenes desean proyectarse y sobresalir ante los demás, por lo tanto, la influencia de la sociedad y el consumo progresivo va desarrollándose en ellos. Según (OMS, Estrategia mundial para reducir el alcoholismo, 25 de mayo de 2005) Calcula que el uso nocivo del alcohol causa cada año 2,5 millones de muertes, y una proporción considerable de ellas corresponde a personas jóvenes. El consumo de bebidas alcohólicas ocupa el tercer lugar entre los principales factores de riesgo de mala salud en el mundo.

En efecto, el adolescente se convierte en un ser vulnerable al consumo del alcohol, ya que este se encuentra en una fase de crecimiento y desarrollo, donde va adquiriendo información para convertirse en un adulto. Los daños perjudiciales a esta edad se producen en la salud mental ya que el cerebro del adolescente permanece adquiriendo información expuesto a un sin número de experiencias, muchas de ellas negati-

vas a causa del consumo de alcohol, advirtiendo que algunas situaciones se han salido de control. Si bien es cierto se puede analizar que el alcoholismo es una enfermedad que afecta directamente a nuestros jóvenes, se puede decir que las estrategias desarrolladas no han causado un buen efecto esta tipo de población, ya que las soluciones no han sido pensadas para ellos, donde estén más involucrados directamente.

Por otro lado (Kinnon, 1953, pág. 16) sobre esta problemática

“Un estado psíquico habitual y también físico que da resultado al consumo de alcohol si observar las consecuencias de ello, caracterizado por una conducta y otras respuestas que siempre incluyen compulsión para ingerir alcohol de manera continua o periódica, con objeto de experimentar efectos psíquicos y evitar las molestias producidas por su ausencia”.

En este orden de ideas, el consumo de alcohol, es una problemática social, la cual va aumentando, causando problemas económicos, sociales, políticos, psicológicos y físicos y poco a poco se van convirtiendo en consumidores dependientes. Este problema atañe un gran interés y preocupación de la salud pública, ya que las consecuencias son negativas, conllevando a la adicción, que pueden ser leves y severas, las cuales pueden causar la muerte; todo esto se deriva al consumo excesivo de alcohol que tienen los jóvenes.

Esta situación ha provocado problemas serios, observando que las personas que consumen alcohol inapropiadamente, pueden causar enfermedades e incluso pueden llegar a matar o morir. El analizar que no entienden todas las estrategias, puntos de comunicación y etc. hace que el alcoholismo avance de una manera frecuente convirtiéndose dependientes del alcohol. Esta enfermedad ataca a quien sea no importa donde viva, la cantidad y frecuencia de sus copas varía notablemente, hay grandes estándares contradictorios del comportamiento que causa la bebida, en lo que concierne la cantidad y frecuencia. Sin ser conscientes de esto se convierten en personas adictas al alcohol, y así se deterioran ahogándose en su entorno de alcoholismo.



FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo a través de una estrategia educativa basada en diseño social, se podría dar a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo en San Juan de Pasto, ¿para sensibilizar a los jóvenes de grado 10 en el Instituto Técnico Industrial (ITSIM)?

JUSTIFICACIÓN

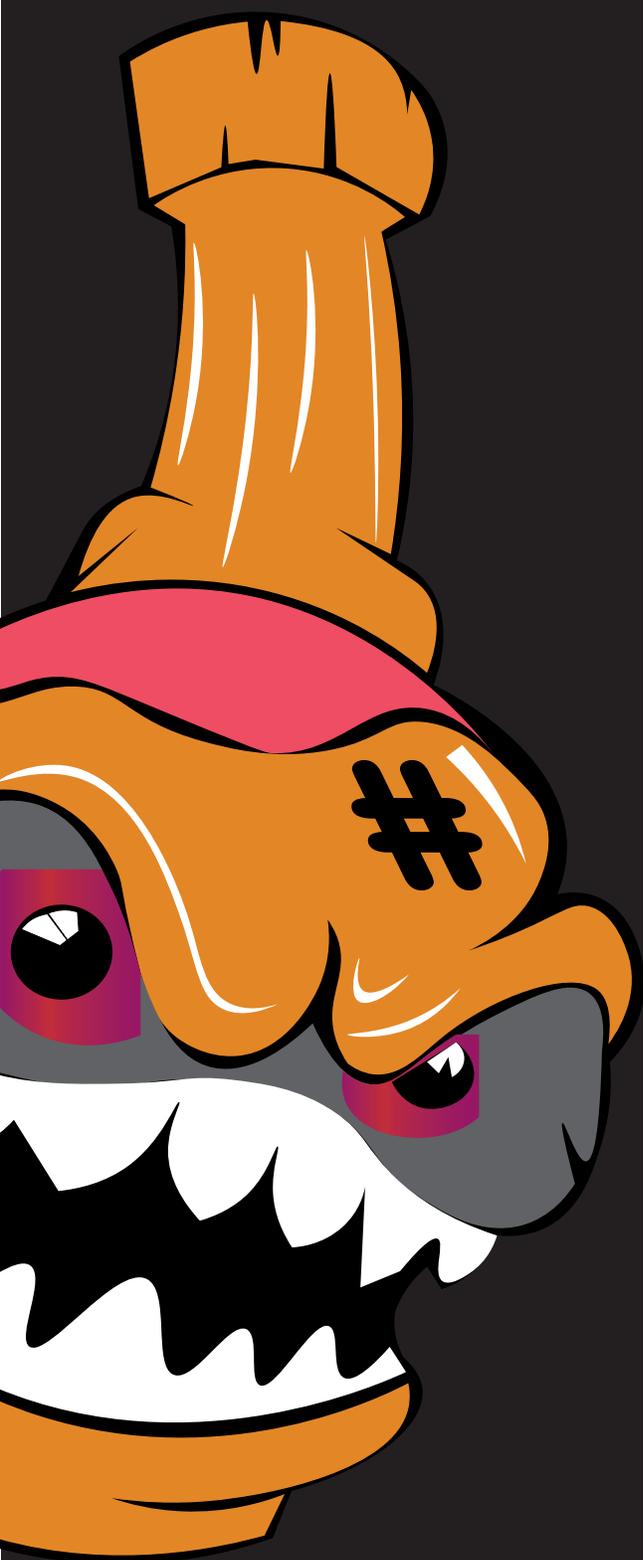
La investigación pretende brindar una adecuada información a joven de la Institución Educativa, para concientizarlos respecto al alcoholismo, brindando información real de que el alcoholismo es una enfermedad, la cual se debe tratar a tiempo para no sufrir problemas colaterales, psicológicos como físicos. Para tal fin se tomó a la ciudad de San Juan de Pasto, para trabajar con los jóvenes de grado 10 del Instituto Técnico Industrial, para detectar a tiempo el problema en mención, ofreciendo información oportuna y trabajando en la dinámica de contar sus experiencias y trabajar positivamente en ellas.

Muchos adolescentes están consumiendo alcohol a una temprana edad, esto se debe a que la sociedad hace presión y los induce a la bebida, ya que desean ser parte de un grupo. No obstante, los jóvenes no tienen un buen sistema de apoyo, con la cual, se pueda evitar que caigan en las redes de la adicción, enseñar al niño y a los jóvenes a decir NO, es indispensable, así para su entorno social resulte difícil convencer a que consuma cualquier sustancia que lo lleve a la dependencia, para ello, mencionarnos (Robert North, 1995) el cual opina que. los jóvenes son más influenciados al consumo del alcohol a una edad temprana esto puede suceder por la baja autoestima o el no haber amor propio, ya que el consumo de alcohol en este tiempo se ha normalizado en la sociedad y se considera como parte cultural. Sin ponerle un interés de gran medida, y así nuestros jóvenes consumen con gran facilidad.



En tal sentido, el alcoholismo es una enfermedad que causa afecciones o trastornos psíquicos y neurológicos en el paciente. El bebedor considera que el alcoholismo es un problema que solo pertenece al consumidor. Convirtiéndose en dependientes, ya no tienen un control por ellos mismo, pierde la voluntad de decir si a consumido o se abstiene de él.

Por lo tanto, la importancia de esta investigación busca dar a conocer los daños colaterales y consecuencia de la historia de vida de Luis Gerardo que narra su historia de vida para dar a conocer e informar sobre el problema que tuvo con el alcohol, sensibilizar a los jóvenes de grado 10 del Instituto Técnico Industrial de San Juan de Pasto, que se motiven y conozcan todo lo que abarca esta sustancia, ya que se quiere dar a conocer a Luis Gerardo como un súper héroe el cual a llega a controlar su enfermedad y cumplir sus propósitos.



1

CAPITULO Alcoholismo

En este capítulo se profundizara el comportamiento, conductas dew la sociedad frente al consumo de alcohol en la ciudad de San Juan da Pasto como una enfermedad dentro de todo lo que abarca este campo, ya que se considera una de las ciudades con alto índice de consumo en jóvenes y adultos. Para contextualizar en la terminología de temas que involucran un gran número de personas que desconocen los hechos de estar inmersos en dichas situaciones, estas personas no son conscientes de los problemas que el consumo les afectara tanto en lo social, económico, psicológico y en su salud.

Alcoholismo como Enfermedad

Dependencia emocional y su diario vivir son afectaciones que desatan el consumo y se convierte en un desate de dependencia alcohólica.

Según (BOBTH, 1992)

“Su primer síntoma es un estado de euforia tras las primeras dosis empieza a disminuir las capacidades de juicio, de atención de observación y de reflexión a partir de aquí empieza una etapa de pérdida de la conciencia y produce un daño celular progresiva cirrosis apática y finalmente la muerte, también es causa indirecta como factor que provoca problemas en todas las áreas de su vida, actos de agresión violenta accidentes de tránsito y conflictos familiares”.

Lo mencionado por el autor, nos da a entender el alcohol atrae problemas mentales y psíquico, así que los químicos que contiene el alcohol, afectan casi a todo el cuerpo directamente el sistema nervioso, después de la explosión prolongada en el cerebro, el alcohol produce diversas sensaciones y placer; adapta el cambio producido por el alcohol y se convierten dependientes de ello. Las personas que sufren de alcoholismo se convierten en personas más interactivas y sociales, convirtiéndose en dominante de su cerebro. Aunado a la situación se encontró que: (Anónimos A. , 1995) nos dice que es una enfermedad que afecta múltiples partes del cuerpo física, mental y espiritual, la cual tiene control de abstinencia y cambiando la rutina de vida, a través de aceptación de la enfermedad, asistiendo a programas de ayuda, terapias y un cambio de entorno.



Figura 3 fuente Archivo - A

(Anónimos N. , 1995.)

“La OMS relaciona la adicción al alcohol con el “Síndrome de dependencia” entendido como desates de comportamientos, manifestaciones y emociones inexplicables, en el cual el consumo de una sustancia adquiere poder de control sobre el consumidor, incluso mayor que cualquier otro comportamiento, la desesperación, el cambio de conducta y la ansiedad por consumir se apodera de manera muy fuerte. Al no controlar se desata el deseo de consumo”.

Se debe agregar según (Coral Fernando, Diciembre de 2001) que en nuestro país han consumido alcohol una vez en su vida bebidas alcohólicas y lo contrario a lo que se supone el consumo es igual tanto para hombre como para mujeres en una proporción de casos el alcohol esta relacionando con todos las agresiones violentas y accidentes. Por otro lado podemos agregar que el consumo de alcohol viene marcando historia a lo largo de la vida del ser humano en interacciones sociales y actividades culturales, incluso hasta en las escrituras antiguas lo dicen, en la época precolombina ya consumían bebidas alcohólicas donde se convirtió el acompañante de ritos religiosos u otros eventos de celebración dentro de una cultura, así que se puede decir que el alcohol era una sustancia de respeto ya que lo utilizaban para cuestiones importantes en la sociedad o como medicina.

De este modo, podemos decir que al consumir alcohol lleva a la persona hacer cosas que no pensó hacer. Cuando se mezcla el alcohol con las hormonas todo resulta atractivo alterando la percepción de la realidad el cómo hablar o ser más espontaneo en su momento, inconscientemente se lo toma como una ventaja que esta bebida causas, pero se llegó a comprobar que no se necesita consumir alcohol para hacer o se quiere decir.

Por otra parte, vemos como la música influye de una manera directa para el consumo de alcohol, donde la música hace presión psicológica para ingerir bebidas dependiendo la situación por la que cada persona esté pasando, pero en si sabemos que todo ser humano tiene complejos, puede ser desde niño o a lo largo de la



Alcoholismo Enfermedad

vida que lo motivan a tomar, ya que la música habla de alcohol o sentimientos guardados. Consumo y dependencia del alcohol y presencia de periodos de depresión, donde podemos observar que el consumo se desarrolla por depresión o a medida que va consumiendo se va desatando la depresión en las personas.

Alcoholismo problemático social, el cual no es considerado una enfermedad y como un tema de interés ya que culturalmente se lo analiza como algo normal. Con el tiempo el consumidor al que llamamos social, se convierte en un bebedor dependiente y este no puede abstenerse por su propia voluntad, porque el mismo cuerpo es quien le pide y esto no depende del consumidor.

Teniendo en cuenta es podemos decir que es una enfermedad sociable que hay que prestarle atención educanda el sistema y aprender a controlar emociones. (Escobar, 1992.)

Etapas de la Enfermedad

De bebedor social a face pre alcohólica

Las personas consumen alcohol es para olvidar emociones que los afectan o satisfacer una necesidad, sentirse aceptado por un grupo social. Al consumir lo que hace es desatar el deseo de seguir ingiriendo más alcohol.

Etapa sintomática

Conocida como lagunas mentales, la cual el consumidor pierde la noción del tiempo y no se da cuenta cuanto alcohol a ingerido, cambio de conducta ante el entorno que se encuentra ocasionando fastidio a las personas de su alrededor; también se analizó que la familia se da cuenta del cambio de actitudes, ellos proceden al llamado de atención, pero este sigue consumiendo.

Etapa crítica

La pérdida de control se manifiesta claramente. El bebedor consume compulsivamente y no tiene control sobre si, el cuerpo le pide sin depender de su voluntad pierde el control de manera progresiva, la tolerancia aumenta y cada vez aumenta el deseo de consumo y así podrá satisfacer su necesidad.

(Hidalgo, 2014)

“En líneas generales, esto quiere decir que ofrecen cambios de personalidad más drástica y violenta, perdiendo el control de las emociones y reacciona de una manera no adecuada, también empiezan a tener problemas muy serios en el comportamiento dentro de la sociedad, ya que cada emoción de forma compleja se sentirá con la necesidad de consumir”.

Fase crónica

Su estado físico se desata de manera drástica, cuando no consume alcohol tiene temblores en las manos y en el cuerpo. Su comportamiento de agresividad y no control se hace evidente. En poco tiempo y poco consumo produce un efecto rápido. De esta forma se aferran a esto para seguir engañado. Guarda resentimientos y autocompasión patológica para sí mismo, así se convierte en un hábito de costumbre llenos de miedos y ansiedades. (Pág. 20)



Figura 4 fuente Archivo - facetas alcohol

Causas y Consecuencias del alcoholismo

Cuadro 1 Causas y Consecuencias de alcohol

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Educción de imitar a los demás	Consumo excesivo de bebidas alcohólicas.
Personas impulsivas y violentas	Personas impulsivas y violentas
Entorno social negativo y problemático	Desintegración familiar y soledad.
Enfermedades degenerativas patológicas.	Hijos con los mismos síntomas.

Tabla 1. Fuente: Escuela de Educación Básica “Pablo Sandi Ford Amador”
Elaborado: (Márquez Landy, 2015)

Alcoholismo en la Sociedad



Figura 5 fuente Archivo - Alcoholismo social

La Sociología es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Según (Giddens, Sociología, 1991), la sociedad se ha convertido en una empresa cautivadora y atrayente, tiene como objeto nuestro propio comportamiento como seres humanos, por lo tanto podemos decir que un grupo de personas son sometidas a un sistema de una sociedad llena de cualidades y virtudes, donde se puede definir un comportamiento personal que los llevara a formar parte de un grupo en la sociedad y la misma sociedad hace presión dentro de sí para el consumo de alcohol. El hecho de que

querer pertenecer o ser parte de algo, hace que personas actúen por presión y muchos de los jóvenes lo hacen por sentir nuevas emociones o querer olvidar sucesos de su vida y sin darse cuenta llegan a convertirse en bebedores.



Por otro lado, (Hidalgo M. R., 2014) alude a que el alcohol está presente en la sociedad desde la antigüedad. El consumo de alcohol varía mucho, se observa que su consumo depende de una variable, como son el status, la edad, el género, las emociones del individuo y la estructura social, así que esto nos quiere decir

que la influencia de la sociedad en el individuo causa mucho peso para su integración al grupo por medio del consumo de alcohol y no sentirse excluido, también para descansar, olvidar el estrés con personas que tengan los mismos ideales, escapar de una rutina, el gusto del sabor del alcohol o de lo contrario estará en baja condición socioeconómica. A los adolescentes el alcohol los lleva a tener una creencia errónea, verlo como un

“quitapenas, acompañado de falta de información” que engeuce esquivar lo que en realidad impone y acceder a una suposición de un mundo que ofrece mejor condición y sensación.

Figura 6 fuente-Archivo-Alcoholismo social



Todavía cabe señalar que (Betancourth- Zambrano S, 2017), aporta que el consumo de alcohol es una problemática social que genera una cultura etílica y deja huella en las actividades económicas y políticas de la sociedad, resultado de una mirada cultural indiferente frente al consumo y a la dependencia, llegando a ser tolerado e incluso aprobado. Donde cabe recalcar que esta sustancia ha llegado a suscitarse como un problema que atañe interés y preocupación de salud pública dada la significativa prevalencia de consumo y las consecuencias negativas derivadas que impactan en el ámbito personal del consumidor y en todas las esferas sociales en las que este se desenvuelve.

Si bien es cierto, la base más fuerte es la sociedad y cultura, porque hace referencia a la evolución y etapas relacionadas con comunidad, es aquí donde se encontrará costumbres, creencias e ideologías que las personas organizaron para desarrollar una vida comunitaria y ser aceptadas dentro de su misma cultura y no verse afectados por el rechazo por mostrar apariencias de vida diferente a la que la sociedad está acostumbrada. Por lo tanto, la sociedad y lo cultural son las determinaciones del comportamiento de los niños, adolescentes y por ende también la familia.

Alcoholismo en Pasto

El consumo de alcohol se concibe como una problemática de salud pública, ya que es relevante los pensamientos negativos al consumo, se precisa contribuir a la prevención desde la identificación de poblaciones en riesgo como la universitaria y los factores que influyen en el desarrollo del consumo.

Cabe señalar la opinión de (Obando, 2015) quien aporta que pasto es una de las ciudades colombianas que registra proporcional-

mente el mayor número de niños, jóvenes y adultos con muy altos índices de alcoholismo. Catalogada la 2ª ciudad de mayor consumo de licor en el país. El licor está en el grupo de sustancias psicoactivas que son socialmente aceptadas (licor y cigarrillo) y las que no lo son (marihuana, cocaína, bazuco, éxtasis, pepas, papers, heroína, entre otras).



Al mismo tiempo, el alcoholismo ya es un problema social se complica aún más cuando lo que están consumiendo es trago adulterado, es claro que se aún más cuando su calidad no óptima. El licor adulterado contiene, por lo general, etanol (alcohol metílico o alcohol de madera), sustancia extremadamente tóxica, de la cual una pequeña dosis puede ser fatal, la adulteración se consigue con la adición de ciertos compuestos químicos, perjudiciales para el ser humano, pero de bajo costo como el alcohol metílico o alcohol industrial, que son vendidos sin ningún tipo de control en determinados establecimientos para obtener más beneficio. El consumo del alcohol adulterado puede causar serias afecciones, que van desde un fuerte dolor de cabeza hasta daño en el cerebro, hígado y ceguera. Incluso, la muerte.

Se estima que, de cada 10 botellas presentes en el mercado, cuatro son de licor adulterado y resultan atractivas al consumidor por su bajo precio, siendo ofrecidas comúnmente en bares y discotecas.

Según este audio (Coral Fernando, Diciembre de 2001) en el departamento de Nariño han tenido que luchar por erradicar el consumo de bebidas alcohólicas ya que esto viene desde un tiempo atrás convirtiéndolo como una cultura o un acto de celebración donde se convierte en una sustancia normal de consumir en eventos sociales, celebraciones e incluso en ritos religiosos. Así que mientras más pasa el tiempo el alcohol coge más territorio, como bebida de consumo natural, la presión de la sociedad tildando a la persona que consuma alcohol como un verraco.

Figura 7 fuente- Archivo Alcoholismo nariño

Al mismo tiempo se ha indagado el patrón del consumo de alcohol en estudiantes universitarios, revelando la notable consideración de ingesta de licor como problemática de salud pública, ya que advierten que los niveles de consumo se agudizan con el tiempo. A pesar de iniciativas que se han desplegado desde hace algunos años para contrarrestar la prevalencia e incidencia del fenómeno, la falta de control de los establecimientos donde los jóvenes asisten, la baja normatividad parental, la flexibilidad del control legal, la facilidad de adquisición de licor y otras sustancias, así como la falta de estrategias que aborden la importancia del consumo de licor desde su singularidad, continúan tornándose en situaciones perjudiciales que normalizan cada vez más el consumo.

En ese mismo contexto, el consumo de alcohol es un problema con múltiples factores y variadas consecuencias negativas tanto para el estudiante universitario como para la sociedad en general, debe trabajarse incansablemente en la disminución del consumo de licor a través de la prevención, una prevención que vaya más allá de la información, y orientada estratégicamente hacia escuelas, colegios, y comunidades inicialmente. En el mismo contexto las universidades deben fortalecer la formación integral de sus estudiantes, focalizando esfuerzos en la diferenciación de grupos de acuerdo a sus características particulares en función de facultad, programa y semestre, lo cual se traduzca en insumos que faciliten los proyectos de prevención de acuerdo a las necesidades particulares de cada grupo universitario.



Figura 8 fuente- Archivo Alcoholismo en Pasto

Causas Y Consecuencias

La conducta y comportamiento de la sociedad son representativos de la población que suceden en los extractos más privilegiados, en general todo lo que refleja a las personas en los entornos sociales de sus amigos o conocidos. La sociedad hace mucho tiempo posee la libertad de tomar decisiones propias, sin embargo, el comportamiento de los seres humanos es dar una respuesta rápida al tomar decisiones actuando directamente.

Por lo tanto, nos aporta (Giddens, Sociología, 1991) que, aunque todos estamos influidos por nuestro contexto social, nuestro comportamiento no está del todo condicionado por ellos. Tenemos nuestra propia individualidad y la creamos, la labor de la sociología es investigar la co-





Figura 9 fuente- Archivo - Comportamientos

nexión que existe entre lo que la sociedad hace de nosotros y lo que hacemos de nosotros mismos. Nuestras actividades estructuran dan forma al mundo social que nos rodea y, al mismo tiempo, son estructuradas por él. Esto se refiere al hecho de la vida como colecciones aleatorias de acontecimientos y acciones, de diversas maneras siguiendo una lista de pautas, para formar comportamientos y personalidades que se mantiene con la sociedad irregularmente.

De acuerdo con (Yépez M, 2001), los factores psicosociales en población universitaria, representan un elemento importante desde la visualización de factores protectores o de riesgo en el consumo de alco-

hol, entre los mencionados por los autores son la autoestima, las alteraciones psicológicas relacionadas con ansiedad, depresión y estrés, comportamientos asociados a impulsividad o inconformidad generalizada, autocontrol, déficit en habilidades sociales, de afrontamiento o inadecuadas habilidades de enfrentamiento, así como los prejuicios, la espiritualidad y la valoración inadecuada de sustancias psicoactivas como el licor; violencia física, sexual y psicológica, la disfunción familiar, la relación con personas consumidoras dado el grado de presión social que ejercen o la insatisfacción con las relaciones interpersonales.

Haciendo referencia a lo anterior, es necesario conocer los factores de riesgo asociados al comportamiento de ingesta de alcohol representa un eje fundamental en la búsqueda de estrategias de prevención adecuadas, puesto que se generan insumos en la prevención de un patrón de comportamiento que constituye la puerta de entrada al consumo de otras sustancias. De ahí la importancia de ser incluyentes al investigar elementos relacionados con este fenómeno, pues todos son valiosos y pueden ser analizados como factores asociados, entendidos estos como aquellas situaciones o agentes que están presentes o relacionados con el evento y que tienen impacto directo en el patrón de consumo. Por esta razón la presente investigación buscó identificar y analizar los factores asociados al consumo de alcohol en estudiantes universitarios del sur-occidente colombiano.



Figura 10 fuente - 43e6aee4aa30cac-da9cb7bf41aa9ea5f

Características del alcoholismo

Según (Márquez Landy, 2015) nos cuenta de no encontrar detonantes que causa adicción, los profesionales indican diversos factores del desarrollo de la enfermedad:

- La afectación de la familia y la sociedad.
- Problemas familiares y personales.
- Depresión, fácil acceso al consumo de alcohol y baja autoestima.

(Márquez Landy, 2015)

“ Las bebidas alcohólicas afectan gravemente a personas adultas, pero en el transcurso de los años esta problemática se ha extendido entre los adolescentes, que consumen por diversión y con el afán de considerarse adultos, con el solo hecho de consumir bebidas etílicas, y aunque la ley establece una edad apropiada para comprar e ingerir alcohol, los menores de edad no le dan importancia y se dejan influenciar por varios factores que llevan a consumir de manera irresponsable, sabiendo las repercusiones que contraen al consumir sustancias psicotrópicas”.

El alcoholismo causa deterioros físicos y mentales, debido al consumo se desata el deseo y afecta de forma negativa el ambiente, afectando de tal manera la evolución a la madurez.

Grupos de apoyo

Una herramienta útil que ayuda a compartir experiencias similares y romper con el aislamiento. Se trata de una estrategia dirigida a la cooperación y al apoyo entre personas que viven con un mismo problema, de manera que se contribuya a que cada miembro pueda mejorar su competencia a la hora de adaptarse al problema en cuestión a sus consecuencias y afrontar posibles complicaciones.

Nos aporta (alcoholismo, 2008) Alcohólicos Anónimos es una comunidad mundial de más de cien mil hombres y mujeres alcohólicas que se han agrupado, para resolver sus problemas comunes y ayudar a sus compañeros que sufren a recuperarse de esa antigua y desconcertante enfermedad, el alcoholismo. La filosofía terapéutica de Alcohólicos Anónimos se fundamenta en los “Doce Pasos” y “Doce Tradiciones” de Alcohólicos Anónimos que guían a la recuperación de los miembros de A.A. y por los que cobran sentido y funciona su sociedad.

A.A. son un conjunto de principios de naturaleza espiritual que, si se adoptan como una forma de vida, pueden liberar al enfermo de la obsesión por beber y transformarlo en un ser íntegro, útil y feliz. (BOB-TH, 1992)

1. Admitimos que éramos impotentes ante el alcohol, y que habíamos perdido el control sobre nuestras vidas.
2. Venimos a acreditar que un Poder Superior a nosotros mismos podría devolvernos el sano juicio.

3. Decidimos poner nuestras voluntades y nuestras vidas al cuidado de Dios, según nosotros lo concebimos.

4. Hacemos un minucioso inventario moral de nosotros mismos.

5. Admitimos ante Dios, ante nosotros mismos, y ante cualquier otro ser humano, la naturaleza exacta de nuestros defectos.

6. Estamos enteramente dispuestos a dejar que Dios nos libre de todos es

Fundaciones

Las fundaciones es un tipo de personas jurídicas que se caracterizan por organizar, construir y crear por personas que tienen secuelas de problemas ante un acontecimiento acerado, el cual a marcado mucho en su vida. Con ello se desarrollan fines de interés general que conlleva a una economía a un interés personal.

Así pues, las fundaciones, para que se entiendan válidamente constituidas, deberán perseguir fines de interés general. Estos fines pueden ser de variada índole como la defensa de los derechos humanos, de las víctimas del terrorismo, la educación etc. (3.2, ley de la fundaciones, 2018)

La personalidad jurídica de las fundaciones viene reconocer por el Art. 4, ley de fundaciones, que establece que la misma será efectiva desde la inscripción de la escritura pública de su constitución en el correspondiente registro de fundaciones. Además, solo aquellas entidades que se hallan inscritas en el registro de fundaciones correspondientes, podrán utilizar la denominación de “fundación”. (Fundaciones, 2018)

Fundacion Hacia Una Nueva Vida

- Se encuentra ubicada en la localidad de PASTO, en el departamento de NARIÑO.
- El domicilio social de esta empresaes, PASTO, NARIÑO.
- La forma juridica de fundacion hacia una nueva vida es entidad sin animo de lucro y su principal actividad es “Actividades de otra sociedad ncp”.

Fundacion Perpetuo Socorro

- Nuestra señora del perpetuo socorro realiza jornadas psicoeducativas para toda la comunidad en general, con el fin de generar promoción y prevención en salud.
- Las jornadas que se han venido realizando desde el mes de enero cuenta con la participacion de todas las áreas de nuestro institución: psiquiatria, psicología, terapia ocupacional, farmacia y enfermera, para brindar la mejor educación en temas correspondientes a salud, dandole buena atención a la sociedad.

Fundacion San Rafael

Todos nuestros servicios cuentan con un equipo interdisciplinario altamente calificado y cualificado garantizando. Valoraciones e intervenciones clinicas por médicos psiquiatras, médicos generales, psicólogos, trabajadores sociales, Equipo de nutrición, enfermeros, técnicos auxiliares de enfermería, químico farmacéuticos, terapeutas ocupacionales.

Fundacion Sol De Los Andes

Ofrecen tratamientos de adicciones individualizandos que se ajustan a las nesecidades de cada persona y familia. Contamos con equipo interdiciplinario en salud para ofrecer un tratamiento profesional, humano y cientifico.

CHAMBER





CAPITULO

Juventud ITSIM

En la investigación planteada se busca dar a conocer las características de colegio ITSIM y actitud de los jóvenes frente a esta problemática, él comportamiento, gustos roles sociales y el eje central de su comportamiento.

“ITSIM” Instituto Técnico Industrial



Figura 12 fuente - <https://m.facebook.com/profile.php?id=408190732615824>

En el año de 1796 y 1887. (Industrial, 2005)
El padre José María Chicaiza fundada la primera escuela “Obreros y señoritas”, con una orientación manual. Así mismo, la ley 3 de 1903, en el artículo 4., contemplo la creación de ESCUELAS DE ARTES Y OFICIOS tanto en Pasto como en Panamá. Pero los malos gobiernos para ejecutar la ley y a separación de Colombia y Panamá 1903, impidieron realizar la iniciativa. El 6 de agosto de 1904, nace legalmente el Departamento de Nariño.

La ley 32 de 1917 previo la enseñanza Técnica Industrial a nivel nacional y se dispuso de becas en el área técnica que favorecieron a 102 estudiantes, entre ellos 7 nariñenses.

En la ciudad de San Juan de Pasto el día 27 de noviembre, se inaugura formalmente, con talleres de Mecánica y electricidad, siendo contratado el técnico Italiano Emilio Perini.

La primera sede fue una antigua vivienda del barrio el calvario, donde funcionaba el cuartel del regimiento Boyacá. En 1933 se reglamenta la escuela de artes y oficios en Pasto; contando con secciones de mecánica, electricidad, trabajo de metales, carpintería, ebanistería, tapicería, topografía, fotografía, litografía, talabartería, zapatería, tejidos y sombreros. Desde este tiempo la Universidad de Nariño se involucra en la historia de la escuela, a través de un delegado quien hará parte del consejo directivo.

En la presidencia del doctor Eduardo Santos y Jorge Eliecer Gaitán era ministro de educación, en 1942, por disposición nacional se crea la Escuela Industrial “Francisco De Paula Santander”. Su nueva sede se ubica en el sector Mijitayo carrera 27 No. 4-35, lugar que permanece actualmente.

En el año de 1950 la escuela industrial Francisco de paula Santander se transforma en instituto técnico industrial. Proceso que tuvo cambio en su currículo, para mejorar la calidad educativa en el área técnica y la cobertura poblacional. Su primer rector fue Hermano Alfonso Arboleda y los primeros egresados de Mecánica Industrial, fueron Lucio Villota y Carlos Bolaños.

Filosofía Institucional

La Institución Educativa Municipal Técnico Industrial, es un ente educativo de carácter público, del orden municipal, aprobado por el Decreto 0341 del 26 de agosto de 2003. La Filosofía está comprometida en la formación integral, basada en valores, principios de carácter moral y ético en los campos específicos del saber, con la nueva visión de la educación, capaces de hacer realidad los sueños, actitudes y aptitudes intelectuales, espirituales, afectivas, estéticas y físicas que promuevan una personalidad consciente, capaz de ejercer sus derechos, de cumplir sus deberes, con espíritu crítico-reflexivo, que interactúe con sus semejantes, con su entorno, cuidando los recursos que son su patrimonio y el de la futuras generaciones, orientando a la juventud hacia metas productivas que respondan a los requerimientos del contexto individual, cultural, social y a los avances científicos y políticos. La filosofía hace parte de la humanización y personalización en sus programas de inclusión, donde la aceptación de las diferencias individuales, sociales, culturales, físicas, éticas, religiosas e intelectuales, fortalece la autoestima y sensibilidad, posibilitando la interacción que conlleve hacia la plenitud del pensamiento y libertad.



Figura 13 fuente - <https://sites.google.com/site/daerboock/>

Símbolos Institucionales.

Con la finalidad de resaltar el espíritu que guía a la Misión y a la Visión, se utilizan los símbolos institucionales que representan e identifican a la Institución Educativa Municipal Técnico Industrial de Pasto.

Misión:

La Institución Educativa Municipal Técnica Industrial ofrece a los estudiantes educación y formación integral en preescolar, primaria y secundaria en la modalidad técnica industrial, caracterizada por el desarrollo de competencias, habilidades y destrezas propias de cada especialidad de formación, pertinente con las condiciones socioculturales del entorno e en un ambiente escolar de respeto y vivencia de los valores institucionales.

Visión:

La Institución educativa municipal técnica industrial, será reconocida a nivel regional y nacional por la calidad y pertinencia en la formación académica y técnica industrial de sus estudiantes, distinguida por la innovación y apropiación de los avances tecnológicos, y por la contribución al sector productivo de la región

V A L O R E S

Responsabilidad:

Como la conciencia para orientar y valorar las consecuencias de sus propios actos, cumplir con sus obligaciones escolares, contribuir con el bienestar de la comunidad educativa, acatando y respetando las normas institucionales.

Respeto:

Es de la esencia del ser humano y la cualidad primaria en su relación como ser social, que implica el reconocimiento del otro y su aceptación tal como es, es un valor que se refiere a la capacidad de valorar y honrar a otra persona, tanto en sus palabras como en sus acciones, aunque no las aprobemos ni compartamos. Para el otro es un derecho ser respetado, contiene además otros valores como la tolerancia que es la base en la que se sustentan las relaciones interpersonales, por tanto, es esencial para que exista una sana convivencia y armonía en la Comunidad Educativa.

Solidaridad:

Se reconoce la solidaridad como la igualdad universal que caracteriza la verdadera dignidad del ser humano, es un sentimiento de sensibilidad humana que genera acciones orientadas a la satisfacción de las necesidades de los otros y no a las propias.

Honestidad:

La honestidad implica ser genuino, auténtico y objetivo; es obrar siempre con honradez, con rectitud e integridad en todas las acciones cotidianas. Implica además otros valores como la sinceridad y la coherencia, la justicia y la verdad.



Figura 14 fuente - <https://www.youtube.com/watch?v=xXZcPi6XbF8>

JÓVENES

La adolescencia un periodo de cambio en la vida, en el cual se atraviesa por diferentes situaciones emocionales y comienzas con el desarrollo de definir personalidad, para obtener seguridad personal. Jóvenes llenos de preguntas dudas y sin saber, toman decisiones que hacen el proceso de aprendizaje más complejo o menos complejo, de igual forma siempre adquieren complejos desde bebés y es ahí donde tomar una decisión involucra mucho pensamiento, ya que son jóvenes de proceso y las emociones es lo que más presente tienen. El conocer su primer amor, su primer sorbo, el no saber cómo actuar ante un problema, experimentar miles de emociones hasta conocer como es el mundo en el que están y definirse. Este desarrollo hace que cada joven defina a bien o a mal su personalidad y por lo tanto las emociones y el cerebro se convierten en parte fundamental para tomar su rumbo y así evolucionar.

Una conferencia en la que se aportaron datos alarmantes, como por ejemplo que el 50% entre los 14 y 15 años de edad bebe alcohol. (Fuentes, 2016), “Los jóvenes se inician por sí mismos en el alcohol y el objetivo es salir para beber. El alcohol se está convirtiendo en el conductor social, quedamos para emborracharnos.”

Las familias deben moldear, comunicar, no controlar, ni prohibir, sino intentar influir y enseñar buenas cualidades para que se pueda tomar decisiones.

También afirmar (Fuentes, 2016) “El cerebro de los adolescentes no está hecho, es una zona de construcción, tiene posibilidades o dificultades con consecuencias importantes.” Esto nos da a entender que el cerebro de un adolescente o desde que son unos bebés, adquieren toda clase de información indirectamente, todo lo que ven el cerebro absorbe.

Con relación a lo anterior nos aporta (Morales G, 2011) en la salud pública el alcoholismo se concibe como problemática, se precisa contribuir a la prevención desde la identificación de poblaciones en riesgo como la universitaria y los factores que influyen en el desarrollo del consumo. Los jóvenes se dejan influencias de muchas maneras en el ámbito social y el aprendizaje que han tenido a lo largo de su vida, en esta etapa especialmente podemos observar que los jóvenes, hacen las cosas sin pensar o por impulsos queriendo experimentar, vivir cosas nuevas que los lleven a sentir emociones que no han sentido. No olvidemos también a esa edad el cuerpo empieza a generar hormonas y producir cambios en su cuerpo, donde se arriesgan hacer muchas cosas sin sentido demostrando la valentía ante un grupo social dentro de ellas está el consumir alcohol y demostrar lo valientes y fuertes que son, todo por una admiración o aceptación grupal, así que las consecuencias de estas acciones no se las asimila en su momento porque todo lo hacen por un impulso momentáneo cuando se dan cuenta ya son personas adictas o enfermas a consumir alcohol.

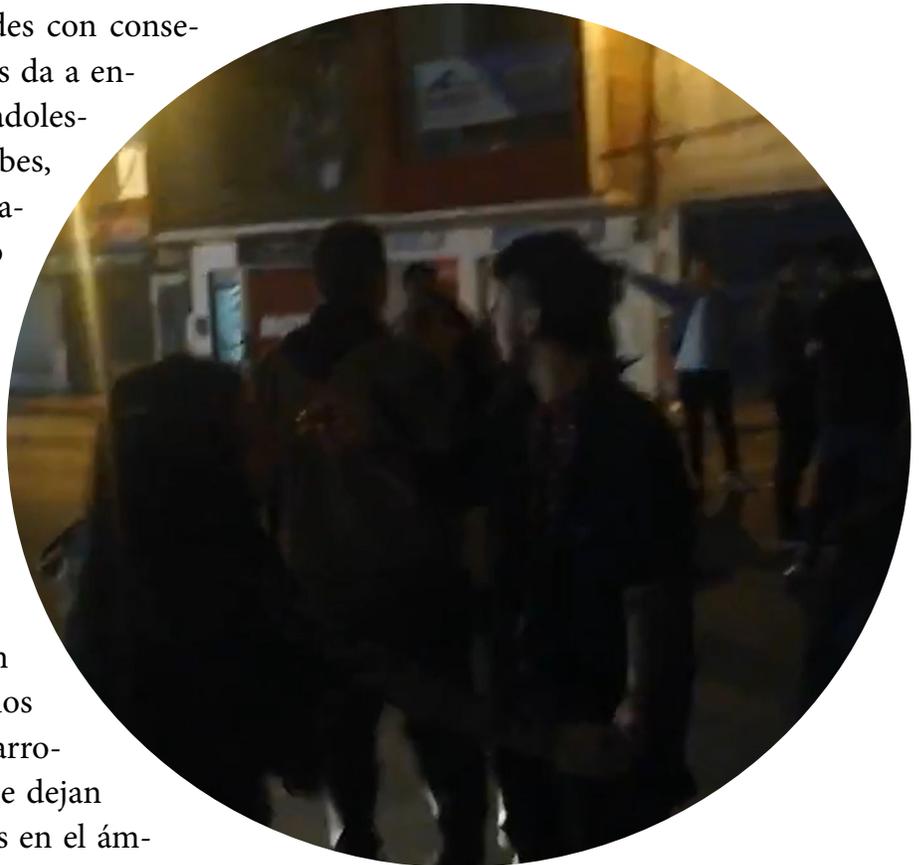


Figura 15 fuente - Archivo Jovenes

Tomaremos como concepto la definición de (Giorgeti, 1077) aporta que la adolescencia es una etapa de interés más relevante en la vida, un periodo que aporta aprendizaje de la niñez a la adultes.

De acuerdo a la definición anterior los humanos durante su desarrollo, pasan por diferentes transiciones de su vida, iniciando por ser un recién nacido que depende de la madre, luego la niñez y la adolescencia. Pero el periodo de la vida de adolescente conlleva a una gran evolución, por eso es bueno estar en los momentos de más interés para la ayuda de esto, ya que cada adolescente es totalmente diferente y tienen unas características que es bueno recalcar.

(Giorgeti, 1077)

A continuación, se presenta una división de los periodos de la adolescencia con la finalidad de unificar ciertas características fisiológicas, reacciones en los adolescentes, conductas comunes y soluciones adecuadas

De 10-11 años (niñas) y de los 12-13 años (niños)

- Vello púbico
- Transpiración axilar
- Desarrollo de los senos (en las niñas)
- Primera menstruación (en las niñas)
- Barba (en los niños)

Maduración cognitiva

- Forma lógica, conceptual y con visión a futuro.
- Pensamiento concreto (lo ocurrido en el momento, sin sacar muchas conclusiones)
- Elaboración de conceptos.
- Capacidad de pensar en forma abstracta e ideas filosóficas.
- El adolescente se vuelve hacia su interior: necesidades, sentimientos y deseos propios.
- Los amigos en grupo se vuelven una necesidad, una forma de reafirmarse a sí mismos.

Psicología en el pre - adolescencia

- Inseguridad e incertidumbre .
- No saben interpretar lo que les pasa.
- Emotividad, irritabilidad (en niñas más presente que en los niños)
- Preocupación por su cuerpo; se preguntan: ¿Soy normal? ¿Soy guapo? ¿Soy bonita?

Periodo entre los 14-16 años

- Es el despertar de los ideales nobles.
- Separación familiar comienza a ser más real.
- El centro de interés son las relaciones sociales, amigos, grupos sociales o con un fin en particular.
- Necesidad de afianzar sus ideas.
- Descubrimiento del propio mundo interior.
- Puede haber poca concentración intelectual.

Psicología en la adolescencia media

- Manifiesta sus ideas y sentimientos en forma incontrolada.
- Presenta sentimientos cambiantes
- Entusiasmo
- Tormentas afectivas
- Ahora rechaza las manifestaciones como un abrazo, los que en la infancia eran bien recibidos y agradables.
- Se refugia en su grupo de amigos.
- En su grupo de amigos se siente aceptado.

Periodo que va de los 17-20 años (adolescentes)

- Surgen relaciones interpersonales más estables.
- Autoimagen más estable, por lo tanto, es más seguro de sí mismo.
- Capacidad cognitiva le permite: escoger carrera, hacer planes a futuro.
- La importancia de la relación con los padres vuelve a ser importante, comparten vida en común, por ejemplo, experiencias laborales con estudios, esfuerzos, éxitos.
- Ensayar las actitudes que más tarde le permitirán insertarse a la sociedad.
- Trabajo en grupo/lealtad/cooperación/solidaridad

Figura 16 fuente - archivo



Población Especifica

La aplicación del proyecto se realizará a los jóvenes de la generación Z nacidas a finales de la década de 1990 y a principios de la década de 2000, son adolescentes y adultos jóvenes definiendo la interacción con la tecnología, teléfonos, computadores, tablets y dentro de todo esto las redes sociales, donde comparten vivencias e ideologías, ya que esto es lo que permanece en su entorno cotidiano y lo usan de manera habitual. Son personas que se preocupan por el medio ambiente y la educación entre otras cosas, personas intelectuales que desean saber cada vez más. Esta generación se caracteriza por ser una generación digital, tecnológico e independientes y el querer convertirse en personas de poder empresarial donde ven la facilidad del aprendizaje, después de ver a sus padres y hermanos luchando en el mercado laboral.

Según (Cerezo, 2006) habla que el proceso de transformación y cambio al que asistimos como espectadores y, al mismo tiempo como protagonistas, son tan rápidos y susceptibles que casi no da tiempo a asimilar sus consecuencias y afectos, además intentan realizar la realidad actual con metodologías o referencias de diseño para contextos predigitales.

Lo anterior nos habla del cambio tecnológico que se está teniendo con un gran impacto en la sociedad, ya que no se logra asimilar todo lo que esta generación z es capaz de desarrollar por medio de estos artefactos, así que, gracias a esto, son jóvenes que se preocupan por una superación personal, ser influenciados de manera directa por personas reconocidas, conocer más y dentro de todo preocuparse por su intelecto

personal. También podemos ver que son jóvenes que les gusta pasar tiempo con sus amigos, se reúnen en casa o paseos, les gusta la fiestas para compartir ideales, ya que se consideran más cómodos y a gusto en su entorno social que en su casa, son divertidos y les gusta mucho opinar acerca de todo.

Aportándonos (Nicolás, 2016) como eje central de esta generación z que este grupo de individuos, relacionados con el consumo y el uso de la tecnología, esta modificado desde la forma que tenemos de concebir la comunicación o el periodismo, a la producción de contenido por parte de estos usuarios, como una nueva forma de utilizar los medios técnicos a su alcance para cambiar el mundo. Basándonos a lo mencionado anteriormente, podemos analizar que lo primordial de los esta generación es la tecnología que viene influenciado desde que ellos tienen uso de razón, ya que es de aquí de donde los ideales aumentan.



Roles Sociales

El uso tecnológico a temprana edad y el inseparable vínculo que los une, para los roles sociales, esto los lleva a la interacción con sus amigos y el querer obtener más información. El entorno social es un paradigma de importancia para esta generación, donde pueden mostrar y aprender lo que desean desarrollando vínculo académico social y empresarial.



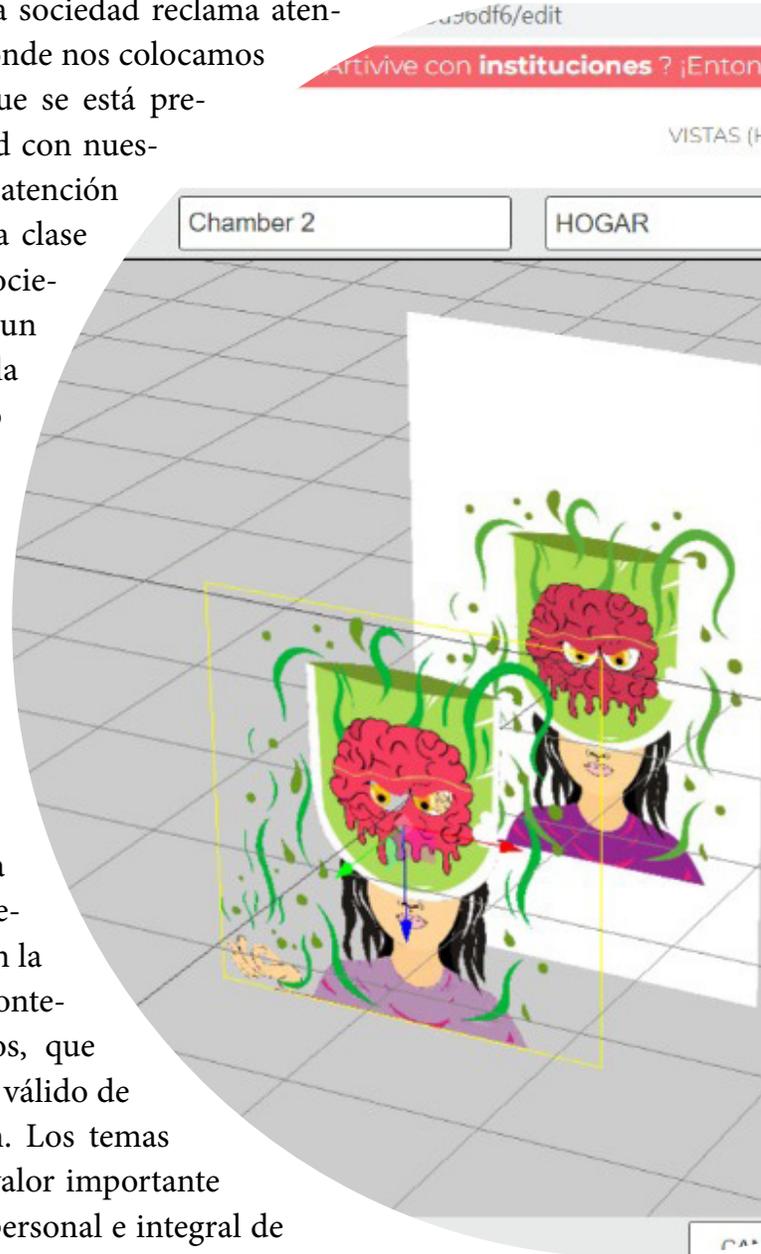
Figura 18 fuente - archivo roles sociales

Según (Lucca1, 2011) habla de los vínculos don los padres, reconocen una dinámica “amigable” entre ellos, que la que sus padres mantuvieron y en algunos casos mantienen, con sus propios padres o sea los abuelos de los Z. con lo anterior podemos decir que esta generación comparte algunos gustos, marcas de ropa, salidas que establecen vínculos bien marcados, se convierten en seres amistosos con sus padres o abuelos, en muchos de los casos informándoles el uso de la tecnología o explicándoles cómo funciona la interacción social dentro de ello, podemos observar que de donde adquieren información es del internet, el lugar que encuentras toda clase de información, un lugar organizado que se encarga de conocer sus gusto en música, los lugares donde quiere ir, sus trabajos, informarte, mantenerte en constante comunicación, la facilidad del servicio y obtener un producto satisfaciendo ciertas necesidades que se desean en duchi momento, evolucionando su aprendizaje.

Tendenci Juvenil

Al respecto, una gran trascendencia en la época actual las cuales en nuestra sociedad reclama atención prioritaria, es ahí donde nos colocamos a pensar del conflicto que se está presentando en la actualidad con nuestros jóvenes, por falta de atención dedican su tiempo a otra clase de actividades que la sociedad ofrece, la presión de un grupo o la influencia de la música, donde el mundo cada día los invita a consumir hábitos de vida que atentan contra una existencia saludable.

Según (Castro Del Valle, 1999) nos aporta a la realimentación de los jóvenes a fuerte demanda social: la sociedad pide que esos elementos estén presentes en la educación. Se trata de contenidos educativos valiosos, que responden a un proyecto válido de sociedad y de educación. Los temas transversales tienen un valor importante tanto para el desarrollo personal e integral de los alumnos, cuanto, para un proyecto de sociedad más libre y pacífica, más respetuosa hacia las personas y también hacia la propia naturaleza que constituye el entorno de la sociedad humana.



ces únase a n

HASTA EL 09.09.2022)

INFORMACIÓN L.

Por otro lado nos aporta (Kunin, 2008) “verdaderas cibercultura juveniles como ámbitos de encuentro virtual entre jóvenes que, a pesar de estar distantes en el espacio, intercambian información y datos sobre cuestiones de su interés, se relacionan entre sí con encuentros reales y posteriores, se comunican a diario a través del chat y los foros y, en ese conjunto de flujos diversos, forjan una imagen de sí mismos, de los grupos a los que pertenecen, tomando conciencia de la generación en la que se incluyen y el mundo que los rodea”.

Con los aportes del sociólogo, el internet tiene un gran impacto decisivo en la sociedad juvenil, el cual ha influido de manera tan directa que suelen tomar decisiones dentro de este medio. En los últimos años se observan cambios económicos, sociales y culturales, ya que la adolescencia sufre cambios importantes, plasmando un aporte histórico en la humanidad, donde la tecnología tiene un nivel grande de interés y acojo. Las redes sociales no tenían sentido en un tiempo atrás, porque se requería de contacto físico, hoy en día se articulan don ayuda de sitios web y toda clase de redes sociales, dentro de esto los computadores, celulares que facilitan la comunicación y dentro de ello muchos campos que el ser humano ya no realiza.

Figura 19 fuente - archivo Tendencia



3

CAPITULO Diseño Social

En este capítulo se desarrolla el tema del diseño de innovación social ya que se pretende abarcar todo lo comunicacional, para la experiencia que se ofrecerá.

INOVACIÓN Social

La Innovación Social tiene un carácter multidimensional y está siendo abordada desde enfoques y perspectivas muy diferentes, pero, con una base común. Según (Domansk, 2016.) Los cambios en los procesos de gobernanza, la colaboración público-privada, el fomento de empresas que además del beneficio económico buscan el beneficio social, así como prácticas de gestión ciudadana en ámbitos locales o movimientos sociales que inciden en cambios institucionales, forman parte de los diferentes enfoques de la Innovación Social.

En cuanto al diseño para el desarrollo, algunas ideas han sido tomadas del movimiento de tecnologías intermedias o alternativas, que ha promovido soluciones tecnológicas de bajo costo para problemas en los países en desarrollo; pero en cuanto a la comprensión más amplia acerca de cómo el diseño aporta a las necesidades sociales podría ser comisionado, apoyado e implementado, poco se ha logrado. Tampoco se ha prestado atención a los cambios en la educación de los diseñadores de producto que pueda prepararlos para diseñar para poblaciones en necesidad, en lugar de sólo para el mercado.

En otras palabras (Daniel Innerarity, 2009), hablar de la retórica más habitual de la innovación se revela una falta de comprensión de lo que esta significa: una creación imprevisible, más bien escasa y siempre social. No existe innovación sin sociedad por lo que, propiamente hablando, la misma expresión de «innovación social» sería una redundancia; incluso cabría cuestionar la oportunidad de una terminología que distingue las innovaciones tecnológicas o económicas de otras que habría que entender como propiamente sociales. Aportando a lo anterior podemos decir que la innovación solamente se da en sociedad y carece de sentido fuera de un espacio intersubjetivo de aprobación y reconocimiento, encontrándose en combinaciones de novedades y optimación,



son materiales y símbolos de comunicación las cuales son observadas con gran precisión y análisis que atraen al observador plasmando el mensaje que se desea comunicar clasificándolos como novedosos y diferente a los que están acostumbrados a observar. Las innovaciones son un producto interactivo en la sociedad con otras innovaciones que soluciona y resuelve dudas.

La dinámica de la innovación social construye una amenaza a la política a medida en que representa una pérdida de indisposición política social, ya que hay una gran contradicción en la vida democrática, sin embargo, podemos disponer de nosotros mismo convertir a la política en un verdadero anacronismo, para que el mundo carezca de forma política: las instancias más poderosas en lo que se refiere a la determinación del tiempo no son democráticamente controladas o controlables.

Es evidente que un diseñador debe centrar su atención a una sola idea sino a varias funciones, utilidades y necesidades, realizando un estudio a profundidad, para lograr obtener resultados que generen impacto, esto se puede lograr por medio de objetos e interactividad de espacio,

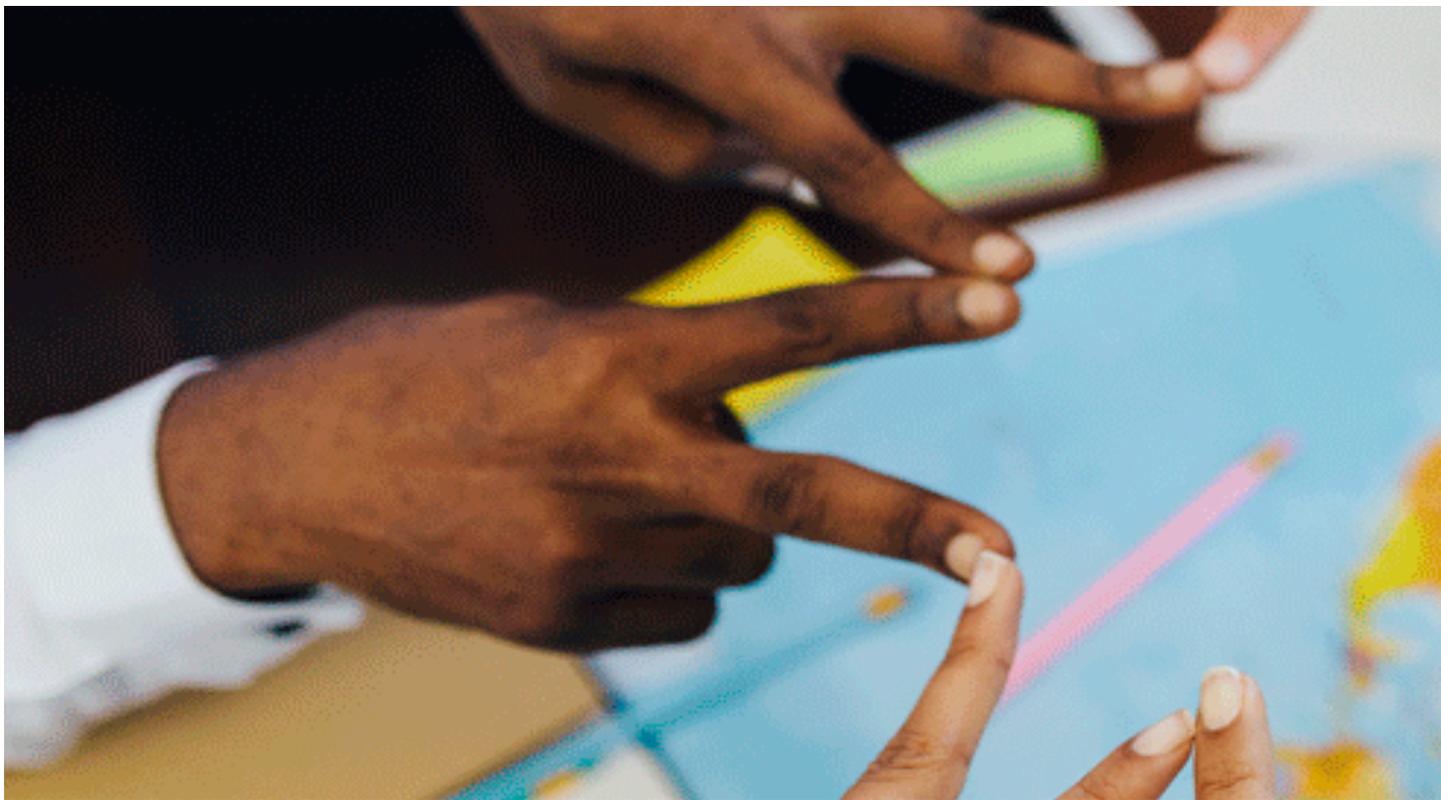


Figura 21 fuente - <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/proyectos-de-innovacion-soc>

convirtiendo el diseño en una disciplina creativa, social e innovadora que contribuya a la sociedad, cultura entre otras. EL diseño social es la suma de intereses de procesos complejos de diseño social que se genera dentro del diseño, convirtiendo esto en responsabilidades sociales y éticas que contribuyan a la humanidad tanto en lo social, económico y comercial.

La innovación social precisamente busca generación y fortalecimiento de habilidades, institucionales de las personas y sociedades para desempeño sus funciones, resolver problemas y alcanzar objetivos de manera sostenible, propiciando el aprendizaje conjunto que interviene en la dinámica e interacción de la sociedad, por otro lado, el diseño social se presta para que las personas resuelvan sus problemas y necesidades, La investigación organiza el corpus teórico basado en los conceptos, ideas y tesis de autores acordes con la delimitación, caracterización y determinación de categorías a través del sentido y significado articulados a través de las ciencia y las disciplina del diseño sobre la base de la contextualización del autor. (Martínez, 2019)



DISEÑO Social

El diseño social abarca un gran número de estrategias y principios éticos para la innovación de la sociedad, adecuando cada diseño a cada circunstancia, cuando la mayoría de la gente piensa en el diseño de un producto, imaginan productos para el mercado, generados por un fabricante y dirigidos a un consumidor. La teoría sobre el diseño para el mercado está extremadamente bien desarrollada. Abarca muchos campos, desde métodos de diseño hasta los estudios de administración y gestión, además de la semiótica de la comercialización. La rica y vasta literatura del diseño para el mercado ha contribuido a su éxito continuado y a su capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías, a circunstancias políticas como sociales, a las estructuras organizativas y de procesos.

Según (Senar(1), 2017) el enunciado “diseño social” resultaría, en un sentido amplio, casi redundante pues sin el componente social no parece haber una praxis disciplinar posible. No obstante, el uso de dicho concepto con un sentido específico propone tipificar determinadas acciones que en el campo de lo proyectual insisten desde hace cierto tiempo en un posicionamiento crítico respecto de los formatos canónicos de las disciplinas, auto identificándose como, entre otros apelativos, diseño social para nosotros, “diseños sociales”, ante el deseo de informar, desde su denominación, acerca de su pluralidad y, entonces, dar cuenta de sus diferencias, más allá de los aspectos.

Figura 22 fuente - Archivo

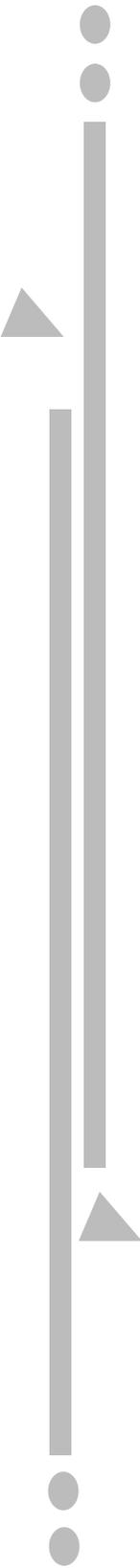


Teniendo en cuenta lo anterior podemos decir que poco se ha reflexionado sobre las estructuras y métodos de los objetivos del diseño social, donde el desarrollo para el diseño, parten de ideas tomadas en la evolución tecnológica intermedias o alternativas, que ha promovido soluciones de problemas en países desarrollados y bajo costos, por medios tecnológicos. El diseño social se basa a una comprensión amplia de ofrecer soluciones y necesidades sociales, que sean para consumo, apoyo e implementación.

Hay que mencionar, además los métodos de diseño hasta los estudios de administración y gestión además de la semiótica de la comercialización. Según (Margolin S. M., 2012) proponemos un “modelo social” de la práctica del diseño de producto y sugerimos una agenda de investigación que lo examine y desarrolle de manera comparable a aquella como la investigación ha apoyado al diseño para el mercado y a la psicología ambiental. Donde el diseño para el mercado ha contribuido a su éxito continuado y a su capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías, a circunstancias políticas como sociales, y a las estructuras organizativas y de procesos. Por el contrario, poco se ha reflexionado sobre las estructuras, los métodos y los objetivos del diseño social.

El diseño social a partir de la agrupación de diferentes conceptos encontrando divergencias y puntos de acuerdo contemporáneo para marcar enfoques disciplinarios, según (Martínez, 2019) nos relata que los mismos diseñadores y teóricos del diseño exponen la construcción del enfoque del diseño social, se busca incitar al cambio social impulsado por el diseño. Finalmente, se abordan formas de pensamiento y procesos que propician el ejercicio del diseño social, sobrepasando diferentes disciplinas teóricas sobre pertinencia o responsabilidad de formas de acción e interacción social desde el diseño. Favoreciendo la creación de estructuras de oportunidades para empoderar a los ciudadanos en la creación y organización de espacios de diálogo y acción que refuerce sus derechos y libertades básicas.





DISEÑO Emocional

El diseño emocional está orientado en indagar la respuesta semántica de quien se relaciona con el artefacto que se ha diseñado, de tal modo se logre introducir estas variables semánticas en el proceso del diseño, para obtener una respuesta emocional. Cabe señalar que esta respuesta semántica ya viene precedida de la experiencia y representación, la apariencia de una superficie que se percibe de manera sensible como identificativo de lo humano, a la cual se le podrían distinguir cualidades humanas. El diseño al vincularse con la emoción según (Norman, 2005), este resuelve estar en la cultura, que involucra el pensamiento de la actividad proyectual tanto a los otros como hacia sí mismo que también puede llegar a concluir espacios de reflexión grupal y autorreflexión. Al problematizar el acto de “diseñar” y selección de los productos de diseño, dado que no adquieren un aspecto formal y de uso.

Sugiere (Crossley, 2015) “diseñar debe crear conexión emocional relevantes entre ideas, productos, servicios y marcas” más bien de un alcance mayor de lo puramente significativo y también de lo afectivo, podemos concluir que el diseño emocional se basa en solucionar una problemática mediante actos de diseño, donde pueden ser productos o formas especiales para el desarrollo de sentimientos significativos. En esta investigación, esta parte es puntual para conseguir la sensibilización de emociones de la afectación psicosocial del alcoholismo. Para el desa-

rrollo de la presente investigación, se procede desde el área del diseño, también áreas de; los afectos psicosociales del alcoholismo, teniendo en cuenta que como finalidad el estudio de la vinculación de la teoría de diseño y los estudios sobre las actitudes y comportamientos los cuales proceden a sensibilizar a los jóvenes y lograr obtener diversas emociones psicológicas.

Aporta (Norman, Diseño Emocional , 2004) .llamó “Diseño emocional” a la disciplina que consiste en diseñar con la intención de generar emociones en las personas, centrándose en los valores, las preocupaciones y significados personales, dejando de lado lo práctico y funcional para destacar lo agradable y placentero. De acuerdo con Norman, la estrategia educativa se aplicará con intención de producir diversas emociones como amar, odiar, llorar y así plasmar en la vida de cada joven.

El diseño emocional se desarrolla de forma diversa y de maneras participativas, el sentido de entender el comportamiento de los humanos en una acción aplicada, un producto o servicio con relación a lo emocional y sus comportamientos. De hecho (Casillas, 2017) aporta “recientes investigaciones han demostrado cómo los objetos que nos resultan atractivos funcionan mucho mejor. No nos limitamos a usar un producto, sino que establecemos una relación emocional con él” debido a que algunos transmiten recuerdos mediante la actividad de los sentidos, ya sea los olores, textura, sonido, colores la visualización de algo. Esto permite que el recuerdo especifique el momento exacto, plasme en su consiente y perciban diferentes emociones.



Figura 23 fuente - Archivo

COMUNICACIÓN Visual

Teniendo en cuenta (Munari, 1972) la comunicación visual se ha convertido en una herramienta útil y de suma importancia en nuestra sociedad, ya que ayuda a intensificar el diálogo y la interactividad, ofreciendo diversidad de soluciones, mensajes claros y entendibles, donde se juega con formas, colores y composiciones, para transmitir un gran servicio en la comunicación. Los puentes que unen el mundo físico e intelectual y el mundo social a los seres humanos son la palabra y la imagen, los cuales son instrumentos de comunicación que evolucionan. Así que podemos decir que la imagen, ilustración y expresiones gráficas son capaces de expresar sentimientos y emociones entre otras reacciones, sin expresar palabras o decir algo.

Según (Copello, 2001) cuenta que el mundo visible compuesto por la realidad directamente percibida, posee límites directamente relacionados con los aspectos psicológicos y fisiológicos de nuestra visibilidad. Psicológicamente el alcance del ojo se encuentra limitado por la motivación, por la voluntad o el interés que el individuo proyecta sobre las cosas de su entorno. Así mismo la mayor influencia del mensaje genera novedades de interés, nueva conciencia, comportamiento y organización social que beneficia directamente a la sociedad, este tipo de ejercicio profesional enfatiza en el cambio generado a través de procesos colaborativos de diseño. Por otra parte, se involucran diversidad de factores que se relacionan con ideas, opiniones y diferentes campos de conocimiento de creatividad y enfoque de participación por la sociedad, para lograr un cambio positivo y transformación social.



Figura 24 fuente - Archivo



Por lo tanto, todo lo anterior podemos deducir, que el diseño es una parte de suma importancia para la sociedad, ya que con ello podemos lograr comunicar visualmente o convertir lo feo en bonito. La comunicación visual es mejorar un ambiente comodo y agradable ante la sociedad, logrando efectos positivos de comunicar un mensaje claro yespecifico, pudiendo experimentar la innovacion que pueden existir diferentes metodos para mejorar un espacio y lograr una comunicación visual muy amplia.

Por otra parte, tal como lo afirma (Cataño, 2017) el diseño solo cobra sentido al asociarse con las necesidades de las personas para preservar y mejorar su vida; dicho de otra forma, el diseño no solo debe hacer frente a las necesidades del diseño, sino también a las necesidades de la sociedad. Sin embargo, esto solo es posible al expandir las fronteras del diseño al discurso social, al trabajo. Como lo señalaban (Bredies, 2010), la participación de los usuarios durante la fase de diseño debe garantizar una buena transición de los hábitos y significados en el proceso de diseño. interdisciplinario y a la combinación de conocimientos especializados, al desarrollo de nuevos métodos de diseño y al reconocimiento de un diseño responsable centrado en las personas que permita crear una atmósfera que entienda y dé prioridad a las necesidades, deseos, habilidades y limitaciones de todos los actores sociales involucrados.

Es así como; todos los aspectos de la comunicación visual en común cosas básicas el cómo el objetivo y su imagen que se ha utilizado para un mensaje determinado no es objetiva tiene muchas posibilidades de comunicación visual, agregando que la imagen utilizada sea legible por y para todos y de la misma manera, ya que en otros casos hay confusión visual. Es decir que el diseño de cada pieza gráfica tiene que ser de muy buena composición, para la comunicación directa y lograr sensibilizar. Donde la comunicación visual se elabora con mensajes visuales que ven nuestros ojos como las nubes, los dibujos técnicos, una flor, un telegrama, un zapato, una libélula, un cartel e imágenes que tienen un valor diferente dependiendo del contexto que están inmersos. Por ello las personas al mirar tantos mensajes por los ojos, proceden a realizar dos distinciones que son la comunicación intencional o casual.

DISEÑO Grafico

Todas las personas al pasar por las calles, se dará cuenta de lo extraordinario incremento y la constancia presencia de toda clase de comunicación que llama su atención, formas, colores, letras, signos, fotografía y en cada sitio diferente hacen presencia. Dentro de todo esto vemos como la influencia del diseño ha realizado grandes cambios de pensamientos, emociones o información que se transmite a través de los sentidos, donde la misma imaginación no se limita a dejar que la comunidad sea escrita u oral.



Figura 25 fuente - Archivo

Según (Bruno, 1972) el Diseñador Gráfico se lo considera libre para utilizar materiales e instrumentos para lograr la sensibilización de signo puede llegar a construirse todo un muestrario de posibilidades que podrá utilizar en su momento oportuno. Sin excluir medios materiales, puede trazar un signo sobre un papel transparente y luego fotografiarlo; puede grabar una película negra y reproducirla como negativo, puede incluso trazar un signo con un punto luminoso ante la cámara fotográfica, puede trazar un signo banal y copiarlo u transformarlo. También ha de tener una mentalidad elástica que hemos de aclarar que el dibujo que representa, de una manera verita o no, un objeto reconocible; toda manera verita o no, un objeto reconocible; todo dibujo o diseño este hecho de signos

y se puede decir que es el signo el que sensibiliza al diseño. Habría decir también que por medio de estos signos se busca sensibilizar una característica grafica visible, donde pasa a ser una gráfica común y normal para la sociedad, asumiendo una personalidad propia. Utilizando diversos instrumentos, sobre papel o sobre superficies diversas.

Por otra parte (Wong, 1991) nos habla de un diseñador puede trabajar sin un conocimiento consciente de ninguno de tales principios, reglas o conceptos, porque se gustó personal y su sensibilidad a las relaciones visuales son mucho más importantes, pero una prolija comprensión de ellos habrá de aumentar en forma definida su capacidad para la organización visual. Hay que mencionar, además que el diseñador es una persona que resuelve problemas, ofreciendo diversidad de soluciones claras de acuerdo al tema a tratar, ciertamente una solución inspirada podría ser conseguida de forma intuitiva, pero en todos los casos el diseñador tiene que confiar en su mente inquisitiva, explorando todas las situaciones visuales posibles.

Opina (Margolin V. , 2012) creemos que muchos profesionales comparten los objetivos de los diseñadores que quieren hacer trabajo socialmente responsable y, por lo tanto, proponemos que los diseñadores y profesionales de apoyo encuentren maneras de trabajar colectivamente. En definitiva, creemos que los diseñadores encontrarán muchos más aliados en profesiones relacionadas con la salud, la educación, el trabajo social, la vejez y la prevención del delito. También, el diseño gráfico además de trabajar para la mejora del entorno visual, hace que el mundo sea inteligible, genera un aumento en la calidad de vida de las personas, aportando a la mejora e información de las cosas, difunde las causas de interés cívico, colectivo y la cultura.



Figura 26 fuente - Archivo

INTERACTIVIDAD

Entrar a un mundo nuevo significa tener ojos bien abiertos y mirar por todas partes, por si no dejamos algo. Es como convertirse en protagonistas de una historia que fue desarrollada, para sensibilizar y convertir a las personas parte de un mundo o experiencia. Con esta nueva vía de comunicación se abren diversidad de opciones para la comunicación de un tema en sí, aprendiendo a conocer un nuevo lenguaje, en el cual las personas se adapten de una forma fácil y rápida.

Centrándonos en lo anterior podemos decir que desde sus comienzos la Interactividad pareció relacionarse con la multimedialidad. Según (Shavelson, 1985) tuvieron una controversia con (HAWES, 1986) en las páginas de la revista *Educational Researcher* sobre las posibilidades de las Tecnologías de la Información. En sus primeros artículos ellos habían señalado la interactividad como un elemento diferenciador de estas nuevas tecnologías en relación a las más convencionales. Cuando los primeros intentan encontrar algo que realmente distinga las llamadas "tecnologías interactivas" de los libros terminan por señalar, quizás como elemento más diferenciador, la facilidad y rapidez con que pueden cambiar de sistema de símbolos para la comunicación. Así ello llega a la conclusión que la interactividad es multimedia que sirve para comunicar de forma más directa a la sensibilización de usuarios, sin importar que clase de tema se quiera comunicar esto se llegara a desarrollar de forma más agradable y directa.

Hay que mencionar la opinión de (Bartolomé Pina, 1994) quien nos aporta "no existe aparentemente ninguna razón lógica para que un sistema multimedia deba ser interactivo, aparte de que los equipos así lo permiten". Hoy el término Multimedia abarca concepciones muy diferentes. Básicamente podemos definir un sistema multimedia como aquel capaz de presentar información textual, sonora y audiovisual de modo



Figura 27 fuen



coordinado: gráficos, fotos, secuencias animadas de vídeo, gráficos animados, sonidos y voces, textos. Con esto quiero decir que existen sistemas multimedia para la formación a distancia como conexión de redes externa. Y algunos dispositivos, entre otras el término multimedia se lo puede nombrar como nuevo medio de comunicación y sensibilización. En efecto es toda la integración de los diferentes medios en un objetivo de aprendizaje común, también los nuevos multimedia abarcan posibles incorporaciones del sistema, obteniendo una gran integración que puede ser perfecta. La integración de varios medios de comunicación, que faciliten el aprendizaje o la plasmación de un mensaje hacia la sociedad.

Michael Dell de 1992 habla de su gran crecimiento y su ventaja competitiva en línea argumentativa. Pág. 3 (Alet, 2007)

“Cada una de nuestras empresas alrededor del mundo sigue el modelo de éxito que hemos establecido en Estados Unidos: marketing directo, configuración adaptada al cliente. Y apoyo y servicio directo del fabricante. Los datos críticos que recibimos de las llamadas de los clientes son automáticamente traspasados a nuestro departamento de investigación y desarrollo. Esto nos permite responder rápidamente a los requisitos de diseño del cliente, así como corregir rápidamente modificar cualquier aspecto de fabricación o aspectos de calidad que puedan seguir”

En otras palabras, podemos decir que la importancia de las emociones u opiniones de los clientes o personas al crear una empresa son de suma importancia realizarle una investigación y analizar como satisfacer las necesidades del usuario para obtener resultados de mayor crecimiento.

te - Archivo

ESTRATEGIA de Comunicación

La comunicación es una dimensión fundamental de la cultura, pero también es entendida como una herramienta, cuyo objetivo es agregar valor a la vida, a los negocios, a las empresas, al mundo real. Según (Cárdenas Ana María, 2008) la comunicación es una habilidad que nos permite transmitir información verbal y no verbal; es decir, mediante palabras o, simplemente, mediante gestos y acciones. Por otra parte, la comunicación se ha convertido en una herramienta útil de nuestro diario vivir, por lo cual es un instrumento del cual el ser humano no podría prescindir. Hoy en día las organizaciones han encontrado en ella una vía útil para coordinar las diferentes acciones y llegar a los objetivos planteados, de la comunicación depende entonces que las organizaciones sean exitosas para que perduren en el tiempo.

Se habla sobre grandes niveles de comunicación, donde cada momento rodean preguntas que se debe tener en cuenta las cuales tienen una respuesta, e identificar lo que se quiere comunicar. Es decir que le da sentido al acto de comunicación. El sentido de la comunicación se puede percibir, además, como un medio de interlocución porque ayuda a generar contactos, compromisos, relaciones, intereses y nodos de interacción; es un arte al que todos creemos tener acceso, pero tan sólo los profesionales en la materia o quienes han hecho de ella su materia prima para la gestión de la información y el conocimiento entienden el verdadero sentido de la comunicación social.

Mencionando a (Sánchez, 2001) la utilización del término estrategia o de otros relacionados, actitud estratégica o postura estratégica, se generalizó a partir de la década de los setenta, debido a los cambios producidos en el entorno en el que actuaban las empresas. Constituye un instrumento que establece la manera de alcanzar los objetivos de la organización dentro de un entorno, definiendo unas pautas que servirán de guía en su continua lucha con

la competencia. Así que la comunicación no necesariamente tiene que ser verbal, por medio de gestos, movimientos y señas, podemos expresarnos. Se dice que primero fue el gesto y luego la palabra, por medios de colores, de tonadas, símbolos, mitos y planes, podemos transmitir lo que se quiere. Los colores que una organización escoja, sirven para transmitir mensajes; un buen jingle puede generar recordación dentro de posibles consumidores; por medio de un buen plan estratégico, se pueden lograr los objetivos propuestos; es decir, ya que, por medio de diferentes elementos comunicacionales, podemos informar y encontrar la respuesta a las necesidades específicas que una empresa u organización requieren. La cultura organizacional, la imagen corporativa, las estrategias comunicacionales y la publicidad, son diferentes formas de comunicar, de lograr los objetivos que una empresa se plantea, es el camino por el cual se puede llegar a los públicos objetivos; es comunicar para generar acciones y resultados.

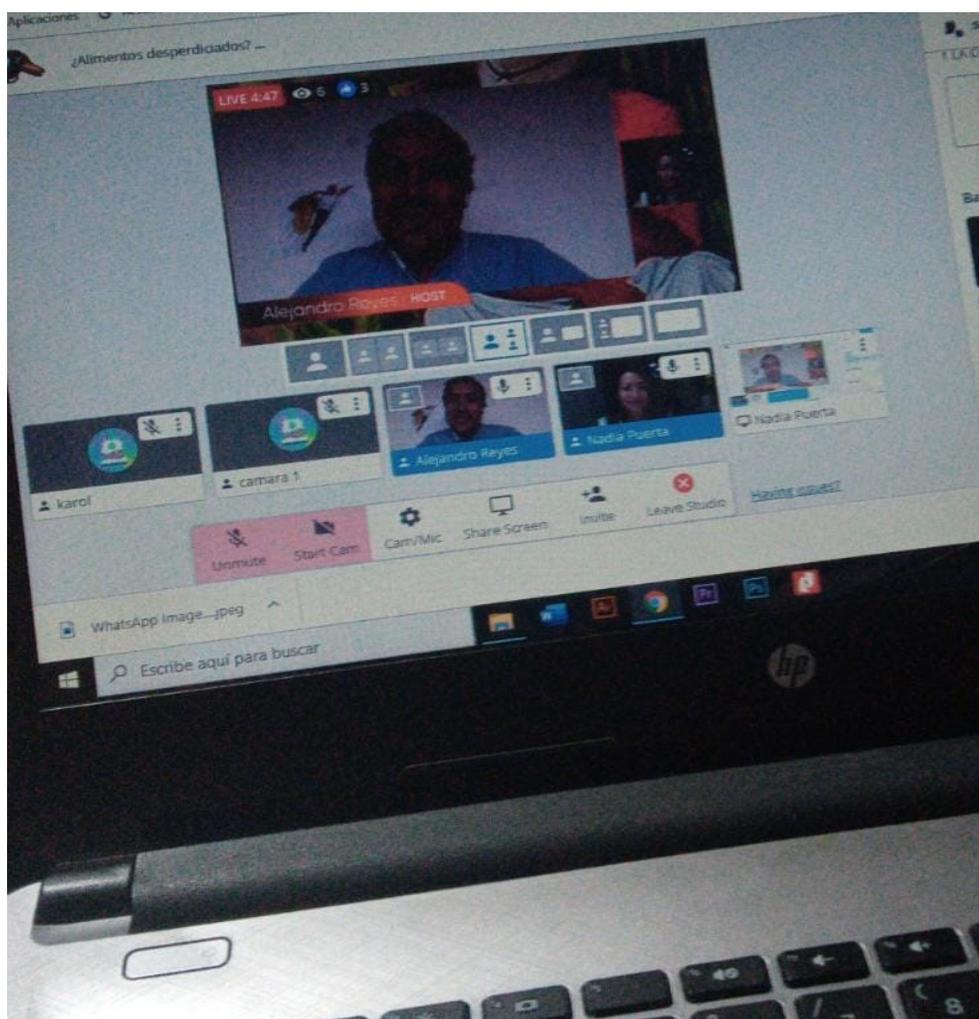


Figura 28 fuente - Archivo

GESTIÓN de Marca

Así mismo, hoy en día, las marcas han ido evolucionando hasta convertirse en una expresión de vida para los consumidores, donde la necesidad de enfocarse en aspectos emocionales fue motivada por aumentar en la oferta de productos estandarizados que requerían de diferenciación. Por otra parte, según (Cortázar, 2014) dice que la gestión de marca ha venido adquiriendo una mayor relevancia para los mercados. Así que, en este sentido, existen muchos motivos por los cuales las empresas deben estudiar, construir y medir el desempeño de sus propias marcas, siempre orientadas al fortalecimiento reconocido de parte de los consumidores.

En otras palabras, la gestión de marca genera influencia y valor del consumidor, superando la diferencia centrada en funciones básicas del producto, hacia una estrategia enfocada en atributos simbólicos, emocionales y sociales igualmente diferenciados, Podemos agregar que marca es un símbolo que pretende comunicar el significado de algo tangible y sirve de señal de identidad o identificación a un producto, empresa o servicio. (Philip, 2003)

Analizando que la marca cumple con una función importante en el mercado, para plasmar y convertirse parte de los clientes, convirtiéndose en la clave para el Marketing y la publicidad, gracias a que este fue el periodo de más fertilidad para la creación de grandes marcas, con esto se logró que el consumidor pueda identificar con mayor facilidad, gracias a una renovación relación de la marca con los clientes. La diversidad de alcances de marcas que se observan en el mundo, donde la empresa moderna y que influya está en la sociedad se mantendrá en la acción, es importante realizar una investigación teórica para obtener profundidad en los aspectos de más relevancia o gestionar marcas de innovación que se adaptan a lo nueva evolución.

Agregando el pensamiento de (Costa, 2004) opina que el concepto de marca tiene como significado interpretado como una entidad multifacética, donde la marca empieza siendo un signo de antigüedad, un discurso de la edad media y un sistema de memorias economía de la información, que sirve en la cultura y sociedad del conocimiento. Por lo tanto, la marca antes de otras cosas es un signo visible que cumple funciones distintas a la vez, es verbal y lingüístico, comunicando el significado de algo concreto y servir de signo de identificación.

ESPACIO Sonoro

BUENAMENTE 2020 NUEVAS FORMAS DE CONECTARNOS

UNIVERSIDAD CESMAG DISEÑO GRÁFICO IV CESMAG RAD

El programa de **Diseño Gráfico** de la **Universidad CESMAG**, certifica que

KAROL DAYANA BOTINA

Participó como expositor(a) en la **Muestra Académica de Diseño Buena Mente** desarrollado del 10 al 12 de Junio de 2020 con el proyecto

Psicodélico y Pasto Postales Sonoras

Mg. Ramón Ortega Enriquez
Director del programa de
Diseño Gráfico UNICESMAG

Mg. Alejandra Castellanos Navarrete
Coordinadora Muestra Académica
BUENAMENTE - Diseño Gráfico

Figura 29 fuente - Archivo



Figura 30 fuente - Archivo

Es una unidad que cumple con la representación de diferentes elementos emocionales que definen interacción, instantes y lugares específicos; el espacio sonoro sería un resultado lógico de las actividades de cualquier grupo. El distintivo del sonido es una cualidad del reconocimiento de diferentes objetivos, concepciones y articulaciones, Profesionales que contribuye, con su saber técnico, artístico, los cuales desarrollan escenas visuales en arquetipos audiovisuales.

Según (Ruiz, 2015) “Todo conocimiento deriva de la experiencia y ella se construye a través de los sentidos, éstos son nuestro primer medio de contacto con el mundo y la primera forma de aprehender la realidad por mediación del cuerpo y sus facultades”.

De las evidencias anteriores, se puede entender que los sentidos y las emociones son de importancia especial, el tacto, el oído, el olfato y la vista, son el eje del reconocimiento de conceptos reales. así que cada uno de nuestros sentidos hace que nos enlacemos con la realidad del mundo habitual, cada canal sensorial procesa una materia distinta, es en función de ésta que elabora sus propios esquemas espacio-temporales, que son las coordenadas de toda experiencia y también de todo hecho social.

(Schafer, 1992), “músico canadiense y creador del concepto de paisaje sonoro, se aproxima a la idea de identidad sonora recurriendo a la noción de soundmark (marca sonora), para aludir a un sonido característico de un contexto que actúa como una especie de "jingle de una comunidad", en tanto tiene el poder de imprimirse en la memoria y su escucha remite irremediabilmente al reconocimiento de ese lugar. La sonoridad particular de un lugar depende

de diversos factores. El mundo natural proporciona al ser humano su primer repertorio sonoro: las voces de los animales que habitan cada ecosistema, los recursos naturales como los cuerpos de agua, el tipo de suelo, la vegetación y la orografía, e incluso los fenómenos climáticos como las corrientes de frío, las heladas, las ondas de calor y el viento. Todas estas condiciones tienen un papel activo en la manera específica en la que suena un lugar y, por lo tanto, en la definición de su identidad sonora”.

El sonido un indicio de momentos, lugares, escenarios y momentos reales, la representación hacia reconocimientos a un momento habitual del ser humano o imaginativo, los cuales se comparten experiencias, artefactos, historias y hábitos de cada lugar o momento. Causando diferentes emociones e imaginaciones ofreciendo un mensaje claro con cada sonido desarrollado, todas aquellas expresiones sonoras atribuyen a convertirnos y sentirnos parte; el reconocimiento de un mundo sonoro que es ajeno al nuestro y con el cual también nos vinculamos.

Así que en este proyecto se quiere plantear este espacio, para la sensibilización e información acerca de las causas y consecuencias del consumo de alcoholismo, por medio de experiencias vivenciales de familiares de consumidores alcohólicos, llevando una realidad social a un espacio interactivo especialmente para nuestros jóvenes con un concepto claro. Teniendo en cuenta que el espacio sonoro es una parte importante de interacción con los sentidos del ser humano, de esta forma lograr diversas emociones, atribuyendo a hacerlos sentir parte de este proyecto y hacerlos concientizar de la realidad que se vive día a día en la humanidad, ya que el consumo de alcoholismo está catalogado culturalmente como algo normal en la sociedad.

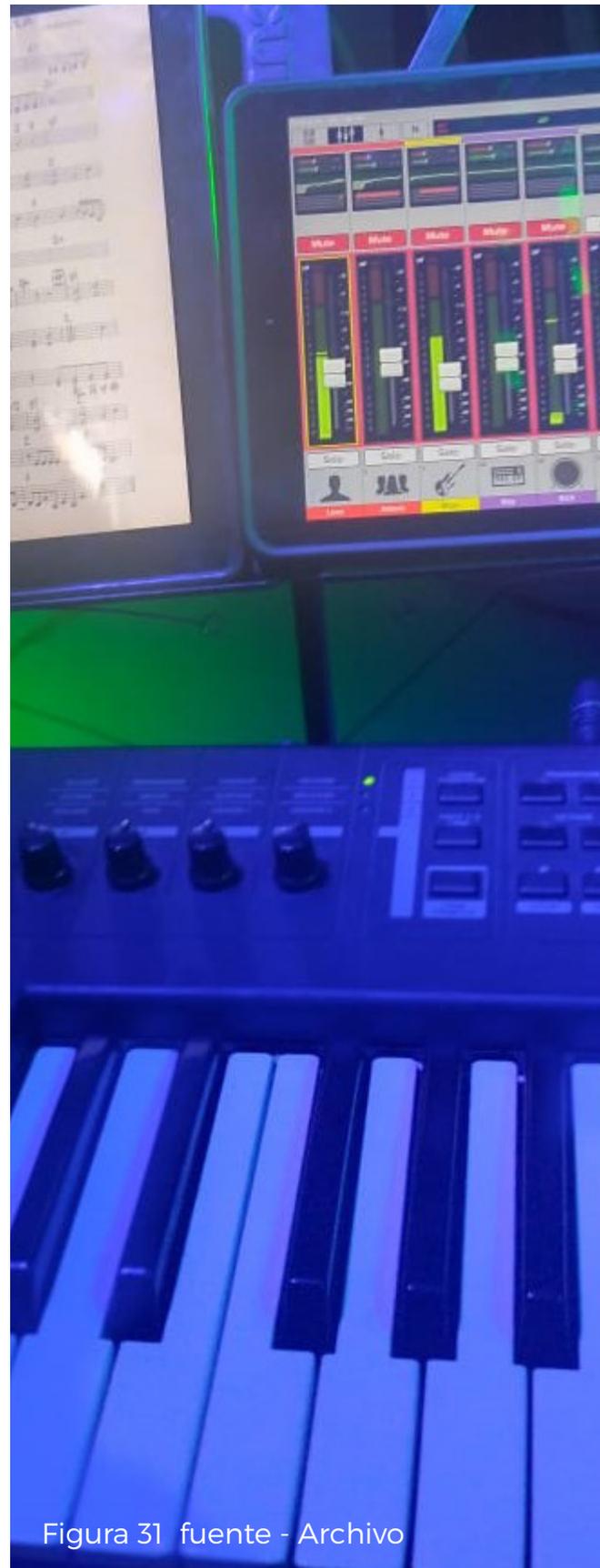


Figura 31 fuente - Archivo

Fotografía

La fotografía es el elemento construido, comunicacional por hecho real en el proceso de la fotografía. Siendo un medio visual diferente a las demás, permitiendo a la humanidad obtener un cuadro estático de la representación de un hecho o acontecimiento y de esta forma guardar recuerdos.

Según (Mraz, 2007) La fotografía incluye la selección del sujeto u objeto, el encuadre, el enfoque, la luz y la lente además de las alteraciones posteriores al negativo original en el cuarto oscuro.

Hoy en día la fotografía forma parte del día a día de los seres humanos, gracias a la evolución tecnológica y los medios inteligentes, existe el fácil acceso a una fotografía.

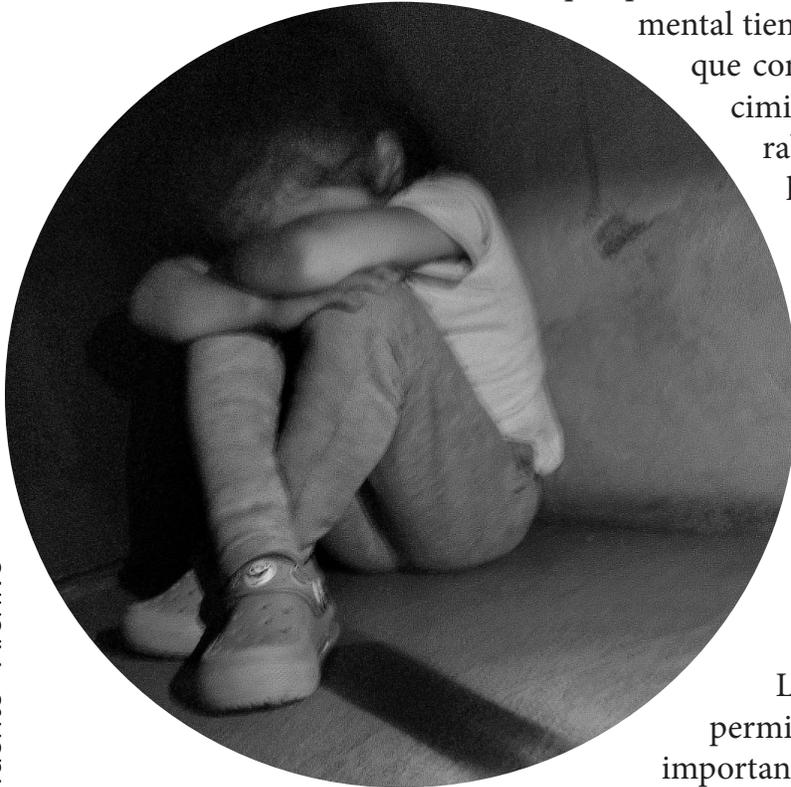
(Mauad*, 2005) La fotografía es un símbolo, aquello que la sociedad estableció en el pasado como la única imagen a ser perennizada para el futuro. Sin olvidar jamás que todo documento es un monumento, si la fotografía informa, también conforma una determinada visión de mundo.

Basándonos a lo anterior podemos concluir que la fotografía se convirtió en un acontecimiento importante en la evolución del ser humano, plasmando todo acontecimiento y hecho de cada acto informativo, recuerdo o comunicacional. Un acontecimiento utilizado en todo momento emocional.



Figura 32 fuente - Archivo

Figura 33 fuente - Archivo



La fotografía documental hace uso de la cámara para determinadas situaciones informativas de beneficio de la sociedad, así que, para ser considerada una fotografía documental tiene que cumplir con una imagen que comunique a la sociedad acontecimientos reales de un acto impareable. Nos aporta (González-Valerio, 2018) Esta intención documental en la fotografía no se manifestará hasta los inicios del siglo XX. Su nacimiento tiene lugar en Estados Unidos, de la mano de Jacob Riis y de Lewis Hine, ambos realizan fotografías de temática social abogando porque se enmendasen ciertas injusticias.

La fotografía documental ha permitido cumplir con funciones importantes en el mundo, percibiendo a través de realidades, episodios, fragmentos o acontecimientos que suceden a diario, implicando la posición política, la historia y antropología de las imágenes combinándolas con la reflexión y la crítica social. Nos aporta (Fontcuberta, 2002) “La historia de la fotografía puede ser contemplada como un dialogo entre la voluntad de acercarnos a lo real y a las dificultades para hacerlo”

Este proyecto se basa a contar un hecho real de acontecimientos del consumo de alcoholismo que suceden a diario, donde se observan casos complejos, ya que el consumir alcohol desata otras adicciones, convirtiéndolos en dependientes de esto. Se plantea una historia de fotografías documentales contando las causas y consecuencias del alcoholismo para lograr sensibilizar a los jóvenes de grado 10 del ITSIM. Basándonos a que la fotografía documental es una construcción de comunicación que forma críticas sociales y desarrolla emociones sociales.

REALIDAD Virtual

Ordenador tecnológico digital dl siglo XX, hoy en día es muy común utilizar medios digitales como medio de comunicación e información, cada día evoluciona y se convierte en parte más personal el vivir una vida digital, ya que dentro de ello se vinculan fuentes emocionales al compartir parte del diario vivir, asociándolos de ideas diferentes para transmitir una información. Antes de asociar este mundo virtual, la sociedad estaba acostumbrada a utilizar diferentes medios, para la satisfacción de necesidades y diversas emociones.

(Ukstalkanis, 1993) Afirma que “la realidad es una forma humana de visualizar, manipular e interactuar con ordenadores y datos complejos”. Se puede decir que un problema asociado a la realidad en la sociedad, se lo interpretara por medios virtuales, para el desarrollo de información de fácil adquisición en los usuarios principales. (Levis, 1997/2006) Aporta “Cuanto mayor sea los sentidos implicados en el engaño mayor será la intensidad de la experiencia simulada”.

Una experiencia aplicada desde la realidad que día a día vive el ser humano, para la sensibilización de diversas emociones, llevando un problema social a una experiencia simulada de realidad virtual. Plantando el desarrollo de diversas sensaciones en un solo escenario, una extensión de los entados mediante el cual podemos aprender a hacer algo con la realidad que no podíamos hacer antes.

(Levis, 1997/2006) Habla de que una técnica que permite percibir ideas abstractas y procesos para los cuales no existe modelo físico o representaciones previas. El proyecto se basa a la realidad virtual, donde enlazamos la realidad del alcoholismo y lo convertimos en una experiencia simulada para la concientización de preadolescentes, de esta forma lo interpreten como un mensaje positivo y los acompañe a tomar buenas decisiones en su camino de vida.



CAPITULO METODOLÓGIA

Se describe y se explica la metodología de ideación creación donde se aplica las etapas a desarrollar para el desarrollo del diseño social e innovador a nuestros jóvenes y se explicara el proceso de cada una.

IDEACIÓN CREACIÓN

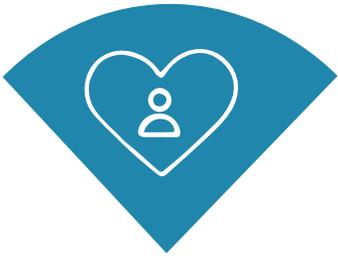
Es una actividad finalizada que se refiere a un estudio profundo o indagación meticulosa, sistemática en su preparación, desarrollo, obtención y comunicación de resultados elaborada conscientemente desde una perspectiva crítica, que aporta un trabajo original e innovador. Así que se quiere aportar una experiencia que permita a los sentidos de los jóvenes conectarlos directamente con las emociones y experiencias que afectan los daños psicosociales del alcoholismo a partir de la innovación social, que busca aportar a la habitualidad y formas en la que los jóvenes del ITSIM adaptan al mundo.

“La producción de nuevos conocimientos que se inscriben necesariamente en un artefacto plástico sensorial que aporte de manera significativa a las disciplinas creativas o a los contextos dentro de los que aquellos se insertan. Se trata de proponer nuevos elementos sensibles y perceptibles, de manera que aporte a la habilidad del ser humano.” (Beltran, 2020)

Contextualización: Apropiación de una realidad geográfica e histórica, búsqueda activa para definir un vacío o un posible aporte original o novedoso. Documentarse acerca de lo que quiere intervenir y así donde se encuentra el eje de poder satisfacer la necesidad.

Denotación: Interpretación y establecimiento de relaciones, comprensión crítica, definición de una postura y propuesta de señalamiento. Se encuentran resultados de cómo darles sentido a las necesidades y definir la idea de cómo cumplir la meta de la creación a desarrollar.

Conformación Plástica: Selección de elementos semánticos, plásticos y sensoriales se concretan en forma y mensajes específicos. Manipular materiales y mediación elegidos para el desarrollo de la creación y el significado a dar a conocer al usuario.



CONTEXTUALIZACIÓN

● EMPATIA

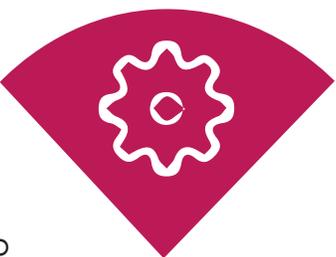
Encuestas
Moodboard
Entrevistas
Observación Encubierta
Investigación Referencial



DENOTACIÓN

● DEFINIR E IDEAR

Saturar y Agrupar
Qué, Cómo, Porque?
Perfil de Usuario
Word Café



CONFORMACIÓN PLÁSTICA



● PROTOTIPAR Y TESTEAR

Focus Group
Bocetos
Proceso Grafico
Storytelling
Test de Usuario
Conclusiones

Concepto de diseño

“Siéntete libre tomando una decisión “. A partir de la información obtenida se hace un análisis de entrevistas, mapa de empatía, observación en cubierta, reunión con expertos entre otros, se quiere ofrecer información interactiva a jóvenes de grado 10 del Instituto Industrial (ITSIM) sepan tomar una decisión, en el momento que les toque. Se trata de que NO se sientan obligados ni tampoco incomodos, lo que se quiere es ofrecerles un espacio donde se sientan parte de esta aventura, atraídos y amigos de este proyecto, de esa forma adquirir confianza de decir lo que sienten, piensan y los motiva.

Se pretende destacar los daños psicosociales del consumo de alcohol, causas y consecuencias psicológica entre otros. Se desarrollará una experiencia educativa de innovación social, donde se quiere sensibilizar y emocionar a los jóvenes, dándoles a conocer los efectos psicosociales del consumo. Esta experiencia se aplicará por medio de una experiencia educativa emocional, donde se dividirá en fases, e informando sobre las causas y consecuencias del alcoholismo, colocando en cada punto una interacción diferente que desarrolle emociones, la primera fase es un espacio sonoro, el cual se aplicara diferentes experiencias emocionales de familiares de alcohólicos, La segunda es una exposición fotográfica, que se quiere mostrar las causas más relevantes del consumo, la tercera es una charla TOX planteada por expertos, se quiere ofrecer la información necesaria, para sensibilizar a nuestros jóvenes. Por otro lado, se informará por redes sociales las cuales se dará información, haciéndolos sentir parte del proyecto.

Desarrollo METODOLOGICO EMPATIA

Esta etapa consta del desarrollo de la herramienta de recolección de información, el cual se comprenden las necesidades de los jóvenes del ITSIM de San Juan de Pasto, basándonos a la falta de comunicación del consumo del alcohol. También se analizó el comportamiento en su entorno social, que aprenden, sus gustos, música, vestuario, en que invierten la plata, lo que los motiva y desmotiva, su eje central del cambio de emociones que están pensando. Para obtener esta información desarrollamos una encuesta, una salida con ellos y lluvia de ideas, donde cada punto cumplía con objetivos diferentes, ya que la encuesta fue desarrollada con algunos de ellos, basándose a todo su entorno social y vivencial.

Al identificar su entorno social analizamos que desean sentirse libres y decididos, piensan en disfrutar, bailar, andar con sus amigos, hablar sobre las situaciones que los acontece, planear cosas que van a realizar en el momento, piensan en su valoración hacia la autenticidad, se preocupan por la economía y la salud, quieren cambiar el mundo. Se la pasan en redes sociales compartiendo parte de su vida y piden opiniones a sus amigos. Sienten miedo a fallar, soledad, represión, desean llamar la atención, tienen frustraciones de no tener la atención de todos sus amigos, (popularidad) falta de afecto buscan en la calle lo que no tienen en la casa, sienten apoyo con sus amigos, no ven una salida fácil ni pronta en sus dificultades.

ETAPA ENCUESTAS

Se realiza una encuesta en la que se colocan preguntas con imágenes basándonos a las preferencias de los usuarios, por medio de Google se comparte un link a los jóvenes de grado 10 del colegio (ITSIM), donde se pretende conocer los gustos y hábitos que tienen, para así poder desarrollar el diseño social a proponer a estos jóvenes a la concientización del no consumo de alcohol.

Se puede consultar en Link de la encuesta

<https://docs.google.com/forms/d/1bpUARa-OljJkxCdyAE61BjQGESVuBJbVcPLGsiCExps/edit>

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Qué bebida prefieres?	Cerveza, Agua
¿Qué disfrutas más?	Pasar el tiempo con sus amigos
¿Qué clase de música le gusta más?	Rap
¿Con que frecuencia consumes alcohol?	Días especiales
¿Cuándo no tienen dinero quien les vende?	El señor de la tienda
¿Cuánto te gusta embriagarte?	Control y disfrutar de sus amigos
¿Qué te hace feliz?	Andar en fincas y paseos con amigos
¿Qué es lo que más mal te pone?	La soledad

Tabla 2. Fuente: Archivo - Resultado Encuesta

Entrevistas

Se realiza una serie de preguntas a personas expertas que saben del tema como psicólogos y personas de alcoholicos anónimos, de acuerdo al consumo de alcohol, como motivarlos desde su punto de vista.



Gabriela Burbano

Buenas tarde les habla la psicóloga Gabriela Burbano consumo de alcoholismo

¿Las herramientas para evitar el consumo del alcoholismo pueden variar en adultez temprana medio tardía?

Existen dos formas que se puede detectar mediante pruebas toxicológicas de orina y sangre donde arrojan 5 tipos de sustancias realizada a diferente tiempo de personas.

Tamizajes, entrevista motivacional o intervención breve un contacto directo, conocer e indagar detectar, se puede saber en qué etapa del consumo se encuentra, si ya reconoce el problema que tiene y que tan grave es su consumo. Cada caso es particular y hacer un trabajo individualizado donde se mira que los niños ya consumen donde cada pregunta me arroja respuestas de consumo.

El consumo no tiene edad en realidad depende de la cultura y el contexto, la crianza la disfuncionalidad marcada, de donde vienen tema que no discrimina edad ni género, evolución del consumo donde inician consumiendo solo una solo copa para que esto genere adicción al ser humano.

Grupos de Alcoholicos Anonimos

Lo que pretendemos con esta comunidad es ayudar a hombres y mujeres sin fines de lucro a darse cuenta que tiene una enfermedad, el objetivo primordial es mantéense sobrios, la sobriedad es primero, el simple hecho de querer dejar de beber ya los hace parte de alcoholicos anónimo, somos una comunidad que no pagamos honorarios nos mantenemos con nuestras propias contribuciones, para un alcoholico un trago es sumamente dañino y mil no son suficientes, el programa de las 24 horas no a la primera.



El alcohol afecta a temprana edad se encuentra muchos compañeros afectados psicológicamente, donde su consumo tiene inicio cuando son niños influenciados por la sociedad, la propia cultura, afectaciones emocionales. Podemos decir que es un inicio muy fuerte ya que su cerebro está en proceso de información y esto hace que las emociones expresen de manera más directa la adicción al consumo sin ellos darse cuenta se convierten esclavos del alcohol y muchos de ellos han terminado tocando fondos esta es la causa de la llegada de muchos a la comunidad el quedarse solos, perder lo que tienen y darse cuenta de sus lagunas mentales, hace que deseen ayuda con ello. También puedo aportar que al consumo de adicción no tiene edad esta ataca a cualquier persona, los decaimientos emociones las hacen que el alcohol sea una salida fácil para esto, por eso el plan de las 24 horas es sagrado para la comunidad ofreciendo aporte a solo por hoy y las puertas esta abiertas para quien desee dejar de beber.

¿Qué piensa de los jóvenes de ahora que se enfrentan al consumo del alcohol.?

Pienso que los jóvenes de ahora están expuestos de manera más directa al consumo y no solo del alcohol también de sustancias psicoactivas, donde los lleva a convertirse dependiente de ello sin darse cuenta que son esclavos del consumo del alcohol. Se puede decir que la sociedad y la tecnología es un fuerte para el facilismo del consumo para los jóvenes

permanecer en contacto con sus amigos donde su núcleo social los presiona por consumir alcohol, donde la influencia es. Te sentirás bien, ve esto no te hará nada. De esta forma analizamos que ahora es un problema que ha adquirido fuerza y ante los ojos sociales es algo normal, pero la sociedad tiene que saber que esto les causa daño físico, psicológico, social y económico a nuestras generaciones futuras.

¿Como informarles que el alcohol es una sustancia que trae problemas y la muerte?

Hay que colocar un alto, pero pienso que se debe iniciar por la casa dando ejemplo y por su educación informándoles, dando a conocer que el alcohol es una sustancia que acaba la vida y mata. De una manera más agradable para esta generación que permanece con la tecnología, llegándoles a agradar, pero informándoles el gran problema que esto ataña.



Figura 39 fuente - Archivo - entrevista

Observación en Cubierta



Figura 40 fuente - Archivo

En esta etapa se realizó una salida con un grupo de jóvenes que cumplen con expectativas de los jóvenes de grado 10 y se hace una empatía sin grabarlos ni nada solo observar lo que hacían durante toda esa salida su comportamiento gustos, actitudes, me convertí en una amiga más de ellos y me ofrecieron información de muy buena ayuda los resultados fueron.

Piensen en disfrutar, bailar, andar con sus amigos, hablar sobre las situaciones que los acontecen, planear cosas que van a realizar en el momento, piensan en su va-

loración hacia la autenticidad, se preocupan por la economía y la salud, quieren cambiar el mundo.

Se la pasan en redes sociales compartiendo parte de su vida y piden opiniones a sus amigos.

Sienten miedo a fallar, soledad, represión, desean llamar la atención, tienen frustraciones de no tener la atención de todos sus amigos, (popularidad) falta de afecto buscan en la calle lo que no tienen en la casa, sienten apoyo con sus amigos, no ven una salida fácil ni pronta en sus dificultades.

Que dicen y hacen

Son más globales, digitales y realistas.

Autónomos y creativos

Resolutivos y críticos

Más conciencia colectiva

Se comunican más rápidamente

No tienen miedo a la movilidad

Actúan de manera alegre, divertida en el grupo de amigos que se encuentran, con el fin de recechar y pasar su tiempo agradable.

Se comportan de manera libre, son amigables, amables.

Que oyen

La influencia de los amigos, música que los motiva y los influye como el rap, reguerón, salsa cumbia y música techno hausa.

Oyen todo lo que sucede en el entorno que los rodea e inconscientemente piensan en aprender y desarrollar profesiones que mejoren el mundo.

Se informa mucho por redes sociales y son más intelectuales.

Que ven

Ve la falta de interés, educación.

Los acontecimientos del mundo.

Los problemas familiares.

La degradación del planeta

Redes sociales, navegación

La falta de información



Figura 41 fuente - Archivo

Se la pasan en redes sociales compartiendo parte de su vida.



¿Qué pi

Sienten apoyo con sus amigos.

Hablar sobre las situaciones que los acontece.

Piensen en su valoración hacia la autenticidad.

No ven una salida fácil ni pronta en sus dificultades.



¿Qué oye?

Música que los motiva y los influye como el rap, reguetón, salsa cumbia.

La influencia de los amigos.

Se informa mucho por redes sociales y son mas intelectuales.

Oyen todo lo que sucede en el entorno que los rodea e inconscientemente piensan en aprender y desarrollar profesiones que mejoren el mundo.

Actúan de manera alegre, divertida en el grupo de amigos que se encuentran, con el fin de recochar y pasar su tiempo agradable.

Se comportan de manera libre, son amigables, amables.

Resolutivos y críticos.

**¿Q
dice y**

¿Pensar y siente?

Sienten miedo a fallar, soledad, represión, desean llamar la atención.

Planear cosas que van a realizar en el momento.

Tienen frustraciones de no tener la atención de todos sus amigos.

Piensan en disfrutar, bailar, andar con sus amigos.

Falta de afecto buscan en la calle lo que no tienen en la casa.



¿Qué ve?

- **La falta de interés en la educación y el entorno que los rodea.**

Los acontecimientos del mundo.

- **Los problemas familiares.**
- **La degradación del planeta.**
- **Redes sociales, navegación**
- **La falta de información.**
- **Mundo mas digital y actualizado**

¿Qué hace?



Autónomos y creativos.

Mas conciencia colectiva.

Se comunican más rápidamente .

Son mas globales, digitales y realistas.

Referentes innovadores

1. *Lea –una instalación que promueve las actividades culturales y recreativas*

Este es un referente que elegí para mi proyecto, ya que tiene como objetivo promover la cultura y recreación al aire libre, ofreciéndoles importancia e interacción a las personas y logran comunicar todo lo que es la cultura de la ciudad en sí. Por lo que se ve es un espacio que cuenta con libros, juegos y mobiliario disponible para todos. La idea es que los propios miembros de la comunidad se apropien de este lugar y lo utilicen para cultivarse, iniciar conversaciones, convivir y pasar un rato agradable.



Figura 43 fuente - <https://themonopolitan.com/2017/07/proyectos-sociales-ejemplos-20-super-innovadores>

2. El Campo de Cebada

Este proyecto me parece interesante, ya que al obtener un espacio que es olvidado por la sociedad se logra darle forma y unificación, de esta manera mejorarlo, para la interacción de las personas y le den uso comunitario desarrollando actividades culturales, orquesta o en general, enseñar, construir y educar.



Figura 44 - FUENTE: ARCHDAILY.MX

3. Cliff MCLANE - el photo bus más divertido del mundo Christoph

Este proyecto comenzó con un experimentado fotógrafo que, desde hacía varios años, trabajaba en el desarrollo de un photo bus. En una espectacular cabina fotográfica disponible para atender eventos sociales, corporativos y públicos. Es un proyecto pensado para la sociedad, donde se basa en la importancia de la vanidad del ser humano, gracias a la sensibilidad que este causo, ha logrado tener un gran éxito.



Figura 45 - FUENTE: Christoph y Sarah , Proy-Cliff Mclane

4 PUMPIPUMPE - SISTEMA DE CALCOMANÍAS PARA COMPARTIR OBJETOS

Es una propuesta muy interesante ya que se utiliza calcomanías Pumpipumpe, es una nueva manera de prestar a tus vecinos los objetos que no necesitas. Se trata de un sistema de calcomanías que puedes colocar en tu puerta o buzón, para que otros puedan enterarse de qué objetos o herramientas tienes disponibles para prestarles.



Figura 46 - FUENTE: Pumpipumpe

5 UN ESTUDIO DE DISEÑO MÓVIL

(Erik's Designbuss) Este proyecto lo escogí por su iniciativa de salir a las calles como una alternativa para acercarse más a sus clientes, conocer a fondo sus necesidades y ofrecerles experiencias más personalizadas. Además, Erik confía en que la mejor inspiración no está en el Internet, sino en las calles, en las ciudades y en su gente.



Figura 47 - FUENTE: ERIKSDESIGNBUSS.SE

6 VIHTAL Diseño emocional y medicina, hacia una hipótesis creativa. (Autor: Julián Ortíz)

Decidí elegí esta investigación de referente porque es una propuesta de diseño para la innovación social que permite generar soluciones creativas al tratamiento psico-afectivo de las personas con VIH posibilitando mejorar la calidad de vida de las personas portadoras y combatir el estigma socio-cultural del SIDA.



Figura 48 - FUENTE: Julian Ortiz

Face 2

Definir e idear

Es identificar la problemática del usuario que se logró de la observación en cubierta, donde empatizar es lo más importante para recaudar información y concluir el problema centra del usuario y así poder ofrecer posibles soluciones.

Los ejes fundamentales de la experiencia que se quiere ofrecer, para dar a conocer las afectaciones del alcoholismo, se basó a la información obtenida en la fase de empatía, donde se destacó los puntos más puntuales los cuales son sus gustos, la música rap y el techno los hace sentir libres, el color negro y neones lo hace sentir diferentes y parte de un grupo donde pueden ser ellos mismo, su grupo de amigos entre otros, así concluimos la como ofrecer la información a su gusto y como trabajar la marca, colores y espacio teniendo claro esto se propone ofrecerles una experiencia comunicativa agradable a sus gusto.

Saturar y agrupar

El objetivo de la fase de agrupación es determinar claramente los focos en los que puede dividirse toda la información recogida de la salida en cubierta y toda lo analizado de estos jóvenes. Una vez saturada la información se genera las ideas para agrupar las respuestas desarrollar las ideas más puntuales de la información del ejercicio.

AGRUPAR

Posticks

Pala

Prefieren consumir cerveza.

Son intelectuales e inteligentes.

Colores vivos los atrae.

Quien les vende alcohol son los de las tiendas.

Un ambiente más libre y cómodo.

Les gusta la recocha.

Los pone mal la soledad.

Consumen chapil ya que es barato.

Activos en redes sociales.

Reunirse con amigos.

Les gusta los paseos.

Escuchan rap porque le colocan sentido a la música.

R

In

Co

Ima



Figura 49 - FUENTE: Archivo - agrupar y saturar

Y SATURAR

bras Claves

Resultados

Amigos
edes Sociales
Música
teractividad
Libertad
ncientización
Diversión
Soledad

La soledad influye de manera drástica en su diario vivir.

Compartir con sus amigos los hace sentir libres y seguros.

La música forma parte de su pensamiento y vida.

genes





Qué Cómo y porque?

Porque

Aquí se desarrolló el porqué de la experiencia con el propósito de sensibilizar a los jóvenes, la experiencia es realizar algo interactivo, donde se quiere mostrar los afectos psicosociales del alcoholismo, porque se ve a gran magnitud del problema del alcoholismo en las personas.

Como

Esta experiencia se hará posible en una casa grande, donde cada habitación cumplirá objetivos específicos, está la bienvenida a los jóvenes luego un poco de música electro, la siguiente pieza un audio con un mural fotográfico donde una persona contara la experiencia y por ultimo unas bibliotecas humanas donde abra expertos hablando de los afectos psicosociales del alcoholismo, se adaptará todo en torno al mismo concepto y diseño atrayendo la atención de nuestros jóvenes.

Que

Ofrecer conocimiento de los efectos psicosociales que causa el alcoholismo a corto y largo plazo. El objetivo es que se informen acerca de las causas y consecuencias del alcoholismo y como estos jóvenes tendrán la libertad de tomar una decisión en el momento que les toque hacerlo ya sabiendo lo que causa y como se apodera de ello.



Figura 50 - FUENTE: Archivo

QUÉ, CÓMO, PORQUÉ



Figura 51 - FUENTE: Archivo -que -como- porque

¿QUÉ



ofrecer conocimiento de los efectos psicosociales que causa el alcoholismo a corto y largo plazo. El objetivo es que se informen acerca de las causas y consecuencias del alcoholismo y como estos jóvenes tendrán la libertad de tomar una decisión en el momento que les toque hacerlo ya sabiendo lo que causa y como se apodera de ello.



Esta experiencia se hará posible en una casa grande, dónde cada habitación cumplirá objetivos específicos, está la bienvenida a los jóvenes luego un poco de música electro, la siguiente pieza un audio con un mural fotográfico donde una persona contara la experiencia y por ultimo unas bibliotecas humanas donde abra expertos hablando de los afectos psicosociales del alcoholismo, se adaptará todo en torno al mismo concepto y diseño atrayendo la atención de nuestros jóvenes



Aquí se desarrolló el porqué de la experiencia con el propósito de sensibilizar a los jóvenes, la experiencia es realizar algo interactivo, donde se quiere mostrar los afectos psicosociales del alcoholismo, porque se ve a gran magnitud del problema del alcoholismo en las personas.

Perfil de usuario

Se clasifica un perfil de los usuarios exponentes del proyecto y la investigación, lo cual nos lleva a la generación z, ya que son jóvenes digitales, pasan su día a día explorando en internet, sus gustos y cualidades son similares a estos jóvenes que vamos a sensibilizar.

PERFIL DEL US

Son autónomas y criticos
resolutivos y creativos.

Nivel de atención bajo. Un 11% está
deiaagnosticado con deficiencia de atención.

Conciencia colectiva.

Se comunican más rápido.

No tienen miedo a la movilidad.

Valoran el desarrollo profecional.

Aprenden continuamente
de medios diguitales.



Figura 52 - FUENTE: Archivo perdil de usuario

UUARIO



Se relacionan por medio de las redes sociales y estuaidan materiales onilie.

Quieren vídeos cortos el 70% ven YouTube y televisión.

Usan toda clase de redes socieles para su comunicación.



Les preocupa el medio ambiente, la economía, la salud y quieren cambiar el mundo.

World Café

Se plantea una reunión con expertos, para la plantación del desarrollo del prototipo, los cuales se agrupan ideas de personas conscientes del proyecto y expertas en el diseño, por medio de un café se comparten ideas para la exploración de la solución del proceso del artefacto, definido para los jóvenes, así que Poncho Garzón y Christian Garzón dan su punto de vista sobre todo el proceso y ofrecen ideas junto conmigo la autora del proyecto.



Las ideas que se plantean es hacer una campaña publicitaria en un carro, ofreciendo información del no consumo al alcohol, la otra es que se encuentren diferentes puntos de comunicación en los cuales se ofrece gorras o camisas y ofrecer botellas con mensajes de motivación o frases que inciten al no consumo.

Figura 53 - FUENTE: Archivo levantamiento de información

Se desarrolla la diversidad de lluvia de ideas para el desarrollo del prototipo principal. Dentro de todo lo involucrado se habla de ilustraciones, frases, pendones, intervención de espacio, publicidad, Marketing, identidad corporativa, un streamyard e invitar personas que cuenten sus experiencias y por último plantean lo de un crossmedia y un transmedia el cual se interactúa por redes sociales contando una historia con personajes.



Figura 54 - FUENTE: Archivo levantamiento de información

1

- La genialidad es ofrecer ideas, articular ideas o cosas formando un equipo.
- Tema interesante para el apoyo de proyecto.
- Aumentar autoestima de persona abandonadas por su familia.
- Diseño que se convierta en proyecto de vida.

● Procesos cognitivos abraza territorios.

● Generar un sistema de para generar esperanza familias que son afecto.

● Ofrecer el fuerte del d no seamos buenos pa

2

Sistema de comunicación qué funciones como empoderado de buenos pensamientos, plasmados en productos.

Vender valores, esperanza, ofrecer posibilidades de ser portadoras de un mensaje.

Hay mucha gente que esta esperando una palabra que lele pueda hacer cambiar la vida y en la camisa dile que si se puede.

Apoyo de re de proyecto de juventud

Diseño imp empaque in algo que te la mente.

Mensajes m en producto

3

En cualquier esquina hay una persona que esta esperando una palabra para que cambie su vida.

Carpas instaladas en algunos lugares de la ciudad para la interacción de la experiencia.

Estrategias trans media en cada plataforma se cuenta un pedazo.

Estrategias pensadas en llamar la atención.

Frases motivadoras en camisas o gorras.

Dentro del proyecto interactuar con ecodiseño.

Recorrido comunicacional.

world café

de merchandise
za en las
adas por esto.

iseño, aunque
ra una sola cosa.

realización
o dirección
d y viva la música.

actante y
interactivo,
refresca

motivacionales
os.

Contar toda una historia en
una sola palabra y esperanza.

Estrategias pensadas
en llamar la atención.

Vender producto como
los demás los venden.

Estrategias cross media se cuenta
lo mismo en diferentes plataformas.

Pensar en el proyecto
de amor y control.

Si se puede yo,
me enfrente a
mis medios.





Face 3

Prototipar y textear

Las ideas se convierten en hechos reales, se empieza a construir todo lo recolectado en una pieza útil para los usuarios, la construcción de las soluciones. Recolectado toda la información y obteniendo las ideas más puntuales se propone como primera estancia un transmedia por redes sociales basándonos a que son jóvenes que navegan mucho en redes, se pretende destacar el problema del consumo de alcohol, problemas de afectación psicológica entre otros. Una página informativa, Facebook e Instagram con las cuales se crearán dos personajes que cuenten historias sobre el consumo o causas y consecuencias del alcohol, así ofreciendo que se sientan identificados con estos personajes y se conviertan parte de este proyecto.

La primer propuesta del logo fue KABCA que se basaba a un proyecto personal donde se pretendía contar solo una historia directa y este nombre proviene del nombre personal de la autora del documento, se realizaron revisiones en el proceso de desarrollo y se decide cambiar de nombre se realizó una lluvia de nombres basándose a algo más personal de los jóvenes que ellos se sientan identificados y el nombre elegido fue CHAMBER donde se maneja la paleta cromática neón y negro, ofreciendo atrac-

ción en sus ojos. El slogan es siéntete libre tomando una decisión basándose solo a comunicar y que sepan tomar una decisión en el momento que les toque tomarla.

Como punto central de todo el proceso a realizar se cambia de estrategia y ahora ofrecemos una experiencia comunicativa interactiva donde los haremos parte de una aventura ofreciendo información de las afectaciones psicosociales que el consumo de alcohol causa. Lo que se quiere desarrollar es dividir por 4 facetas donde serán comunicaciones más específicas y vivenciales, convirtiéndolos parte de este proyecto y seguiremos ofreciendo información por redes sociales.

Focus Group

La adolescencia es un periodo de transición de la vida que el ser humano atraviesa en su desarrollo de crecimiento, claro con sus características específicas. Por eso, se debe conocer y saber qué situaciones en la vida cotidiana pueden presentarse en los hijos adolescentes a fin de poder acompañar, comprender y solucionar las diferentes dificultades que como padres podemos experimentar.

Se han aportado datos alarmantes como que el 50% de jóvenes entre los 15 y 18 años de edad bebe alcohol. Fuentes (2016), dice “Los jóvenes se inician por sí mismos en el alcohol y el objetivo es salir para beber. El alcohol se está convirtiendo en el conductor social, quedamos para emborracharnos.” Por lo que las familias deben moldear, comunicar, no controlar o prohibir, sino intentar influir y enseñar buenas cualidades para que ellos puedan tomar decisiones.

Son adolescentes y adultos jóvenes definiendo la interacción con la tecnología, teléfonos, computadores, tablets y dentro de todo esto las redes sociales, donde comparten vivencias e ideologías, ya que esto es lo que permanece en su entorno cotidiano y lo usan de manera habitual. Son personas que se preocupan por el medio ambiente y la educación entre otras cosas, personas intelectuales que desean saber cada vez más. Esta generación se caracteriza por ser una generación digital, tecnológico e independientes y el querer convertirse en personas de poder empresarial donde ven la facilidad del aprendizaje después de ver a sus padres y hermanos luchando en el mercado laboral.

Bocetos

Se presenta los diferentes cambios que se desarrolló en la investigación, dando a conocer cómo empezó el desarrollo de la experiencia CHAMBER. Se hace la muestra de las propuestas planteadas que se querían aplicar hasta llegar a la experiencia definitiva.

Bocetos Marca

Aquí se presenta los bocetos, desde el inicio y como se evoluciona hasta llegar a la identidad que se obtiene actualmente.

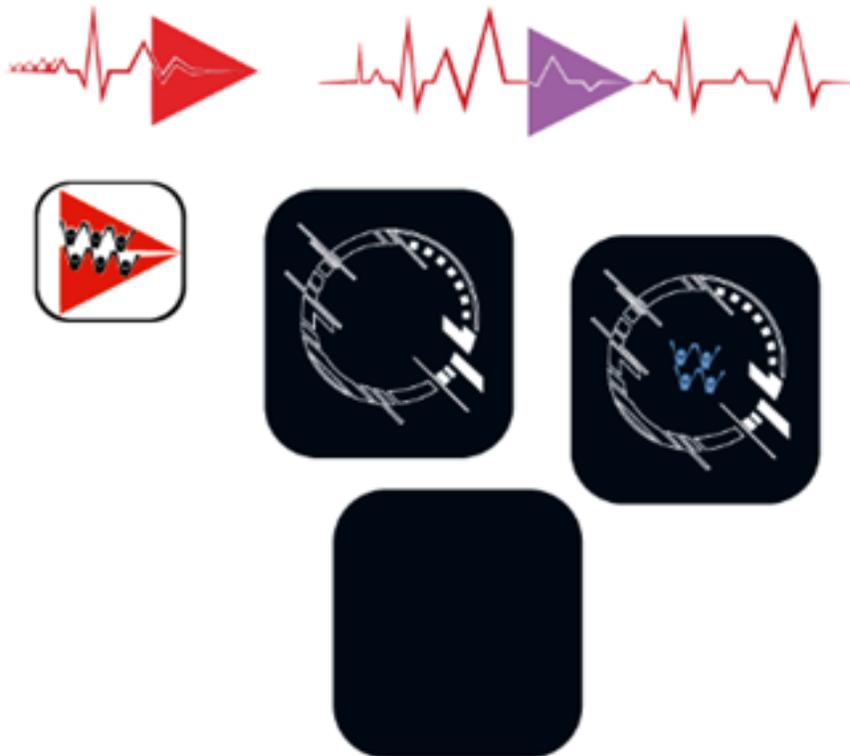


Figura 55 - FUENTE: Archivo



Figura 56 - FUENTE: Archivo



Figura 57 - FUENTE: Archivo

PANA
SOCIOS
FREE
FRIENDS
CHAMER
WEEFRE
PARCHE
TRINK
CHOOM
NEON
MI LIFE

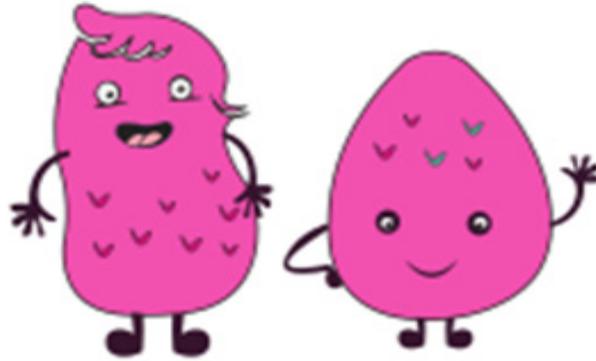


Figura 58 - FUENTE: Archivo - Nombre y ilustración- primera propuesta



Figura 59 - FUENTE: Archivo - propuesta logo



Figura 60 - FUENTE: Archivo - propuesta logo

Artefacto de estudio

Diseño de una estrategia comunicacional a partir del diseño social

Objeto de estudio problema

Que permita dar a conocer los daños colaterales del alcoholismo para sensibilizar

Contexto

A los jóvenes de grado 10 del instituto industrial (INSIM) en San Juan de Pasto

Diseño una estrategia de impacto social, que permita dar a conocer los daños colaterales del alcoholismo para sensibilizar a los jóvenes de 10 grado en el Instituto Industrial INSIM en San Juan de Pasto.

OBJETIVOS:

GENERAL : Diseñas una estrategia de impacto social, que permita dar a conocer los daños colaterales del alcoholismo para sensibilizar a los jóvenes de 10 grado en el Instituto Industrial INSIM en San Juan de Pasto.

ESPECÍFICOS

- Caracterizar la problemática en torno al alcoholismo en la ciudad de Pasto.
- Recopilar información de la narrativa vivencial de consumidores de alcohol, desde diferentes aspectos.
- Identificar las percepciones frente al alcoholismo en los jóvenes del grado 10 del Instituto Técnico Industrial de Pasto.
- Plantear el plan estratégico a partir del diseño social basándose a la narrativa vivencia de Luis Gerardo para abordar el problema del alcoholismo.

CAPÍTULOS:

1. Alcoholismo - Betancourth- Zambrano, Hidalgo (El Alcoholismo En La Adolescencia. 2014), AA
2. Historia y Juventud - Luis Gerardo Botina M, Fuentes (2016), Morales G (2011), Kunin (2008)
3. Diseño Social - Senar (2017), Margolin S. M (2012), Munari (1972)
4. Metodología - Elsa Beltran



Figura 61 - FUENTE: Archivo - Cambio de nombre del proyecto



Figura 62 - FUENTE: Archivo - Segunda propuesta de logo



Figura 63 - FUENTE: Archivo - vectores propuesta 1

Bocetos Diagramación

Aquí se presenta los bocetos, de la diagramación y diversas propuestas

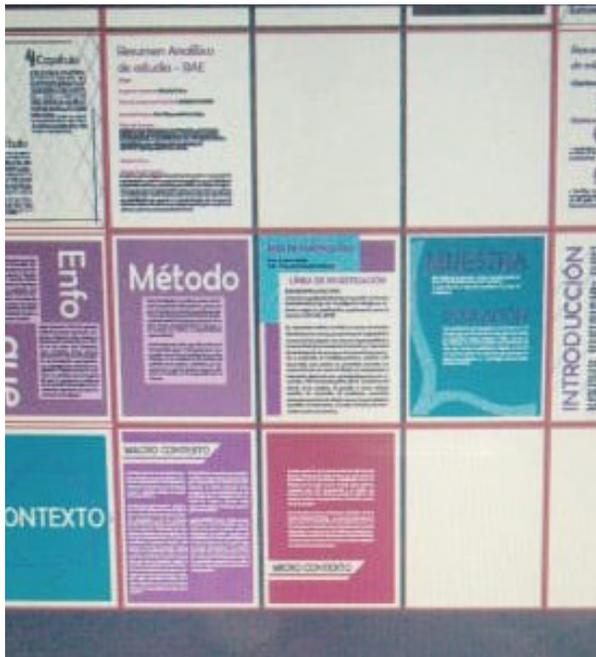


Figura 64 - FUENTE: Archivo - propuesta 1 diagrama

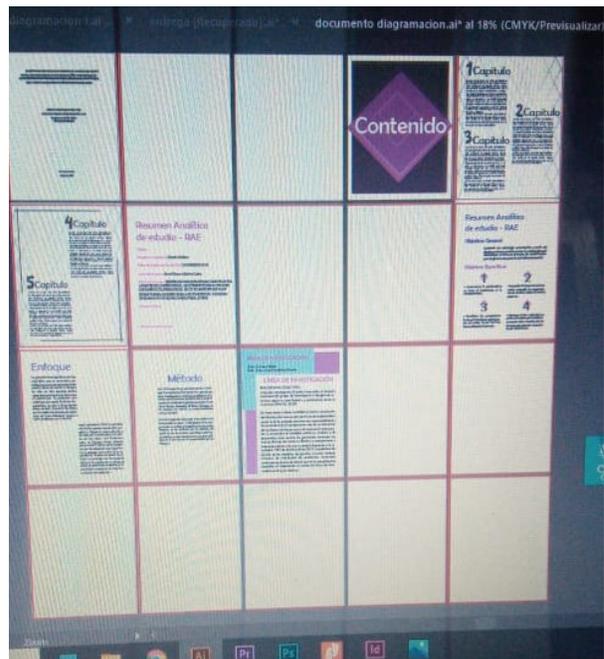


Figura 65 - FUENTE: Archivo

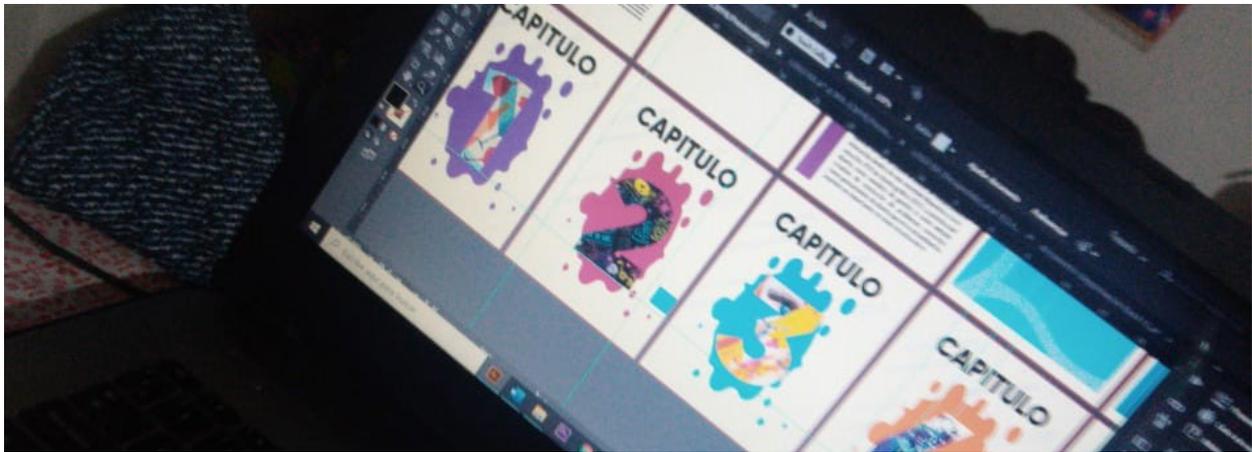


Figura 66 - FUENTE: Archivo

Bocetos Prototipos

PRIMER PROTOTIPO

PROTOTIPO

El desarrollo de una estrategia comunicacional a partir del diseño social, es motivar, sensibilizar y hacerlos parte de esta aventura a los jóvenes de grado 10 del colegio ITSIM. Se pretende lograr destacar el problema del consumo de alcohol, problemas de afectación psicológica entre otros.

CHAMBER

A continuación se mostrará la estrategia comunicacional de diseño social la cual será digital.

TRANSMEDIA

La historia se despliega a través de múltiples medios de comunicación, en la cual una parte de consumidores cumple un rol activo en el proceso de expansión.

Facebook & Instagram → **INTERACTIVA COMUNICACIONAL**

LEGUAJE JUVENIL → **MEMES- HISTORIAS**

INFORMAR TODO ACERCA DEL CONSUMO DE ALCOHOLISMO

→ **ESTETICA JUVENIL**

A partir de la información obtenida y todo lo desarrollado, se pretende que estos jóvenes de grado 10 del Instituto Industrial (ITSIM) sepan tomar una decisión, en el momento que les toque. Se trata de que no se sientan obligados ni tampoco incómodos, lo que se quiere es ofrecerles un espacio donde se sientan parte de esta aventura, atraídos y amigos de este proyecto, donde adquieran confianza de decir lo que sienten, piensan y los motivos.

Otro punto importante es hacerlos sentir parte de esta aventura, donde compartan sus sentimientos y emociones partiendo del problema del alcoholismo.

A continuación, les mostrare los bocetos de la construcción de la experiencia educativa.

Se presenta la primera idea de experiencia, para ser aplicada a nuestros usuarios.

Se plantea un Transmedia, la cual cumple con diversos medios de comunicación. En primera instancia se decide desarrollar interacción por redes sociales Facebook, Instagram y una página web, así que se proponen la creación de unos personajes los cuales cumplirían con la interacción que cuenten las causas y consecuencias del alcoholismo creando historias, subieran a las redes sociales y de esta forma hacer a los usuarios parte de este proyecto.

Figura 67 - FUENTE: Archivo 1 prototipo



SEGUNDO PROTOTIPO

Se llega a la conclusión de plantear una capsula emocional la cual se dividirá en facetas específicas que se trabajará 1 psicológico, 2 físicas, 3 biológicos, 4 sociales, 5 familiar, 6 emocional, 7 exceso de consumo, 8 sexual. Esto se explicará por momentos interactivos

Fase 1 mural inicios del consumo en esta fase daremos a conocer el inicio de la enfermedad del alcoholismo, por medio de ilustraciones específicas y entendibles.

Fase 2 juego de emprendimiento, por medio del juego come cocos el cual se divide en 8 ya que en cada cuadro habrá una afectación del alcoholismo, psicológica, física, sexual, familiar, emocional, social, biológicos, exceso del consumo, con esto se pretende ofrecer información de las afectaciones que trae el consumir alcohol en todos los aspectos. Habrá personas expertas en el tema quienes explicaran y contarán parte de su vida de como el alcoholismo.

Fase 3 Una infografía informativa, la cual explicara las facetas del alcoholismo.

Fase 4 Se entregará un papel ya escrito, donde los jóvenes llenaran los espacios que se les deja contando lo que piensan del tema y como esto los afectado hasta ahora, será como una carta personal la cual solo escribirán sus pensamientos para el rencuentro con ellos mismos.

Fase 5 A cada joven se les entregara una vela la cual es símbolo de esperanza, se dirá unas palabras de razonamiento y agradecimiento del proyecto, con un fondo de música llena de paz y tranquilidad, colocando como relevancia siéntete libre tomando una decisión, siendo tú mismo.

PROTOTIPO

Se pretende destacar los daños psicosociales del consumo de alcohol, problemas de afectación psicológica entre otros. Se desarrollará una experiencia de innovación social, donde se quiere sensibilizar y emocionar a los jóvenes, dándoles a conocer los efectos psicosociales del consumo. Esta experiencia se plantea a partir del análisis realizado, donde cada detalle de emociones es un punto que nos afecta y construye en la vida de un consumidor, se puede decir que toda cuenta.

CAPSULA

FASE 1
MURAL ILUSTRATIVO



FASE 2
JUEGO COME COCOS



FASE 3
INFOGRAFIA FACES



FASE 4
CARTA PERSONAL



FASE 5
ESPERANZA



Figura 68 - FUENTE: Archivo - 2 Prototipo



Figura 69 - FUENTE: Archivo

Propuesta invitación del 2 prototipo, para el desarrollo y aplicación de la experiencia educativa.

TERCER PROTOTIPO

BIENVENIDA

Fase 1 Pista tecno de bienvenida de acuerdo a sus gustos.

ESPACIO SONORO

Fase 2 Este es el nombre que se le dará, ya que se basó a la comunicación que ellos usan “viaje motivación”.

La historia del espacio sonoro es en una habitación sola y oscura donde se presentarán fotos mientras escuchan la historia del espacio sonoro, se quiere lograr sensibilizar y directamente ofrecerles información de los efectos psicosociales que el consumo del alcoholismo.

BIBLIOTECAS HUMANAS

Esta fase 3 es un cuarto lleno de personas que entienden y comprenden del tema, es un cuarto que sigue del espacio sonoro, donde escucharán experiencias e información y se los colocara hacer actividades interactivas pequeñas que les ofrezcan emociones, aporten al conocimiento que se les ofrece, con esto se quiere lograr que se conviertan parte del proyecto. A continuación, las personas que estarán comunicando acerca de los efectos psicológicos más claros y directos en el consumo.

PERSONA DE A A :
La transformación de vida

PSICÓLOGO :
Afectación emocional

MEDICO :
Daños colaterales físicos

FAMILIAR AFECTADO :
Experiencia y afectación

JÓVENES :
Juegos y preguntas

MURAL

Fase 4 Mural ilustrativo en una pared blanca con marcadores de vinilo, la ilustración ira de acuerdo a lo que les represente para ellos los efectos psicosociales del alcohol. La intervención de este espacio es clave porque se establecerá la pared blanca, marcadores, una cinta led de colores azul y morado, ofreciendo empatía para que sientan confianza de desarrollar la actividad y al finalizar se les tomara fotos en su mural.



Figura 70 - FUENTE: Archivo 3 prototipo

CUARTO PROTOTIPO

A continuación, bocetos del prototipo seleccionado se aplicará una experiencia educativa, por medio de realidad virtual e interactiva, la cual será informativa.

En este primer boceto se organiza la experiencia y donde se va hacer aplicada la experiencia. En seguida se hace levantamiento del lugar y se platea un plano, para la organización.

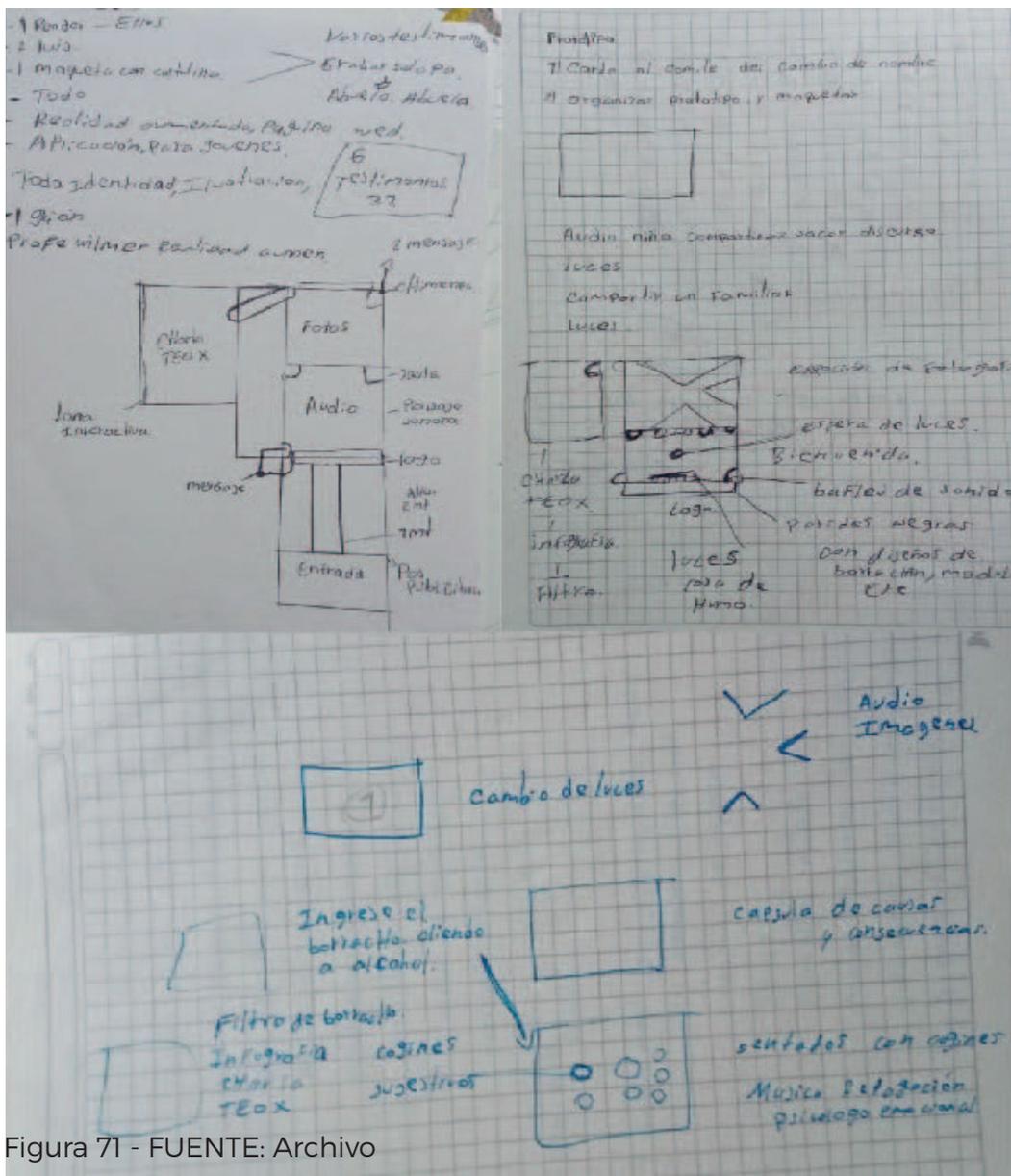


Figura 71 - FUENTE: Archivo

En este boceto se platea lo gráfico y las piezas aplicar en la experiencia, para pasar a digital.

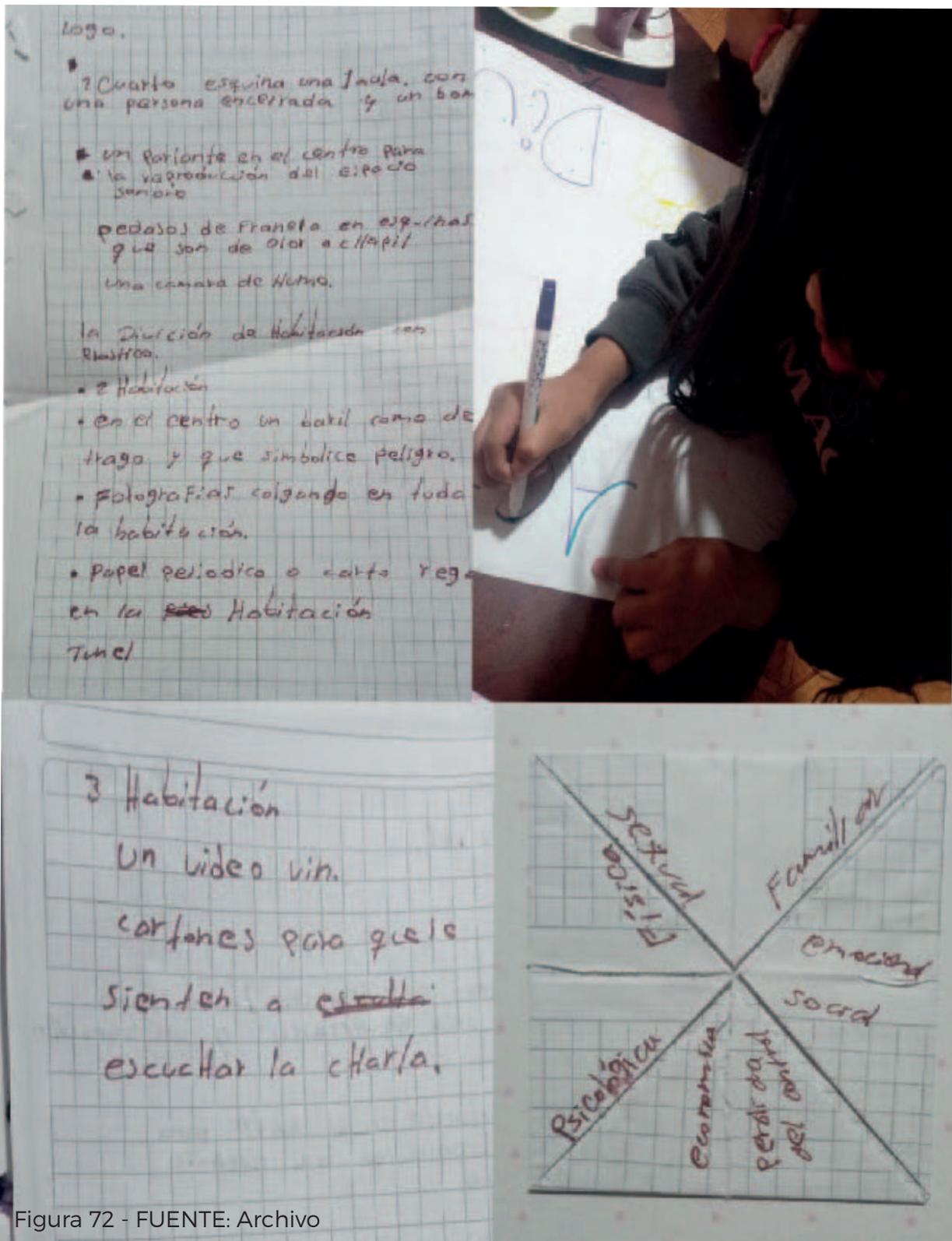


Figura 72 - FUENTE: Archivo

En este boceto se plantea la organización y diagramación del plegable informativo.

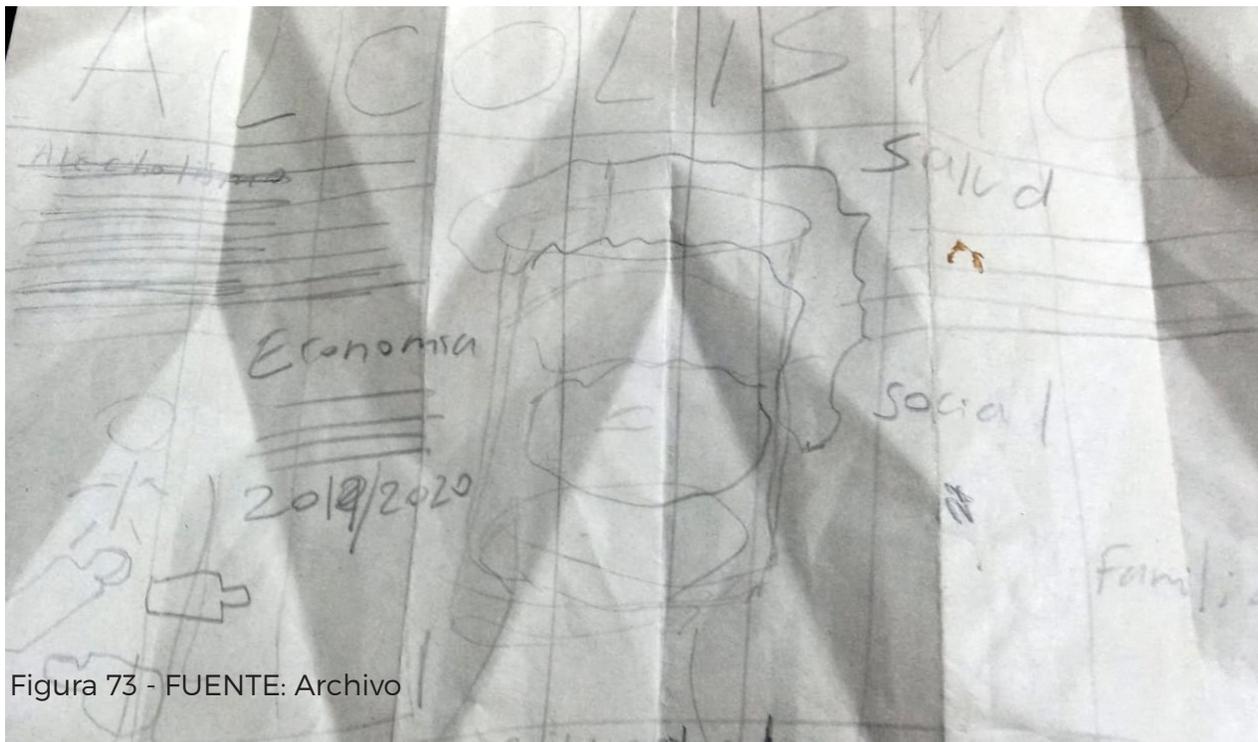


Figura 73 - FUENTE: Archivo



Figura 74 - FUENTE: Archivo

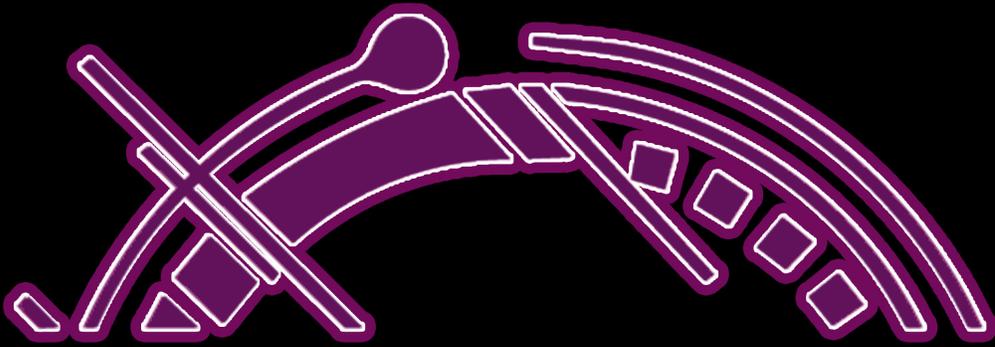
Proceso Grafico

En esta fase se determina los elementos más relevantes que los representa el proyecto, explicamos la creación de la marca y los artefactos que involucra el prototipo determinado, como ilustraciones interactivas, composición del espacio, interacción al aplicar prototipo e información comunicativa, escrita y digital.

IDENTIDAD VISUAL

Isologo

La identidad de este proyecto es de gran relevancia ya que hace el registro del proceso del proyecto de investigación su diseño se basa principalmente a los gustos y comunicación directa de los jóvenes, esto se reflejaría en un Isologo el cual es la unión de elementos y características visuales, dentro de esto sus gustos pasatiempos entre otros. Un elemento de comunicación visual para representar este proyecto sobre información del alcoholismo a los jóvenes, el cual se pretende que se sientan libres y parte del proyecto, compartir experiencias e información. Se forma de unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos donde el símbolo no funciona sin el nombre, así que el nombre se lo eligió basándonos a lo que más conocen en su zona social, al igual que los colores y la tipografía.



CHAMBER

"SIÉNTETE LIBRE TOMANDO UNA DECISIÓN"



Proceso

Para el desarrollo del isologo, se desarrolló una lista de las palabras que estos jóvenes reconocían con más facilidad: su comunicación, sus colores, gustos, su comportamiento, sus hábitos y actitudes en su entorno. Así que se seleccionó las palabras más representativas de ellos, obteniendo un resultado factible, para este proyecto a aplicar.

Significado de CHAMBER es una bebida alcohólica hecha de alcohol puro, disuelta con un sobre de refresco en polvo o líquido. Se conoce como la bebida más económica en Colombia.

LIBERTAD



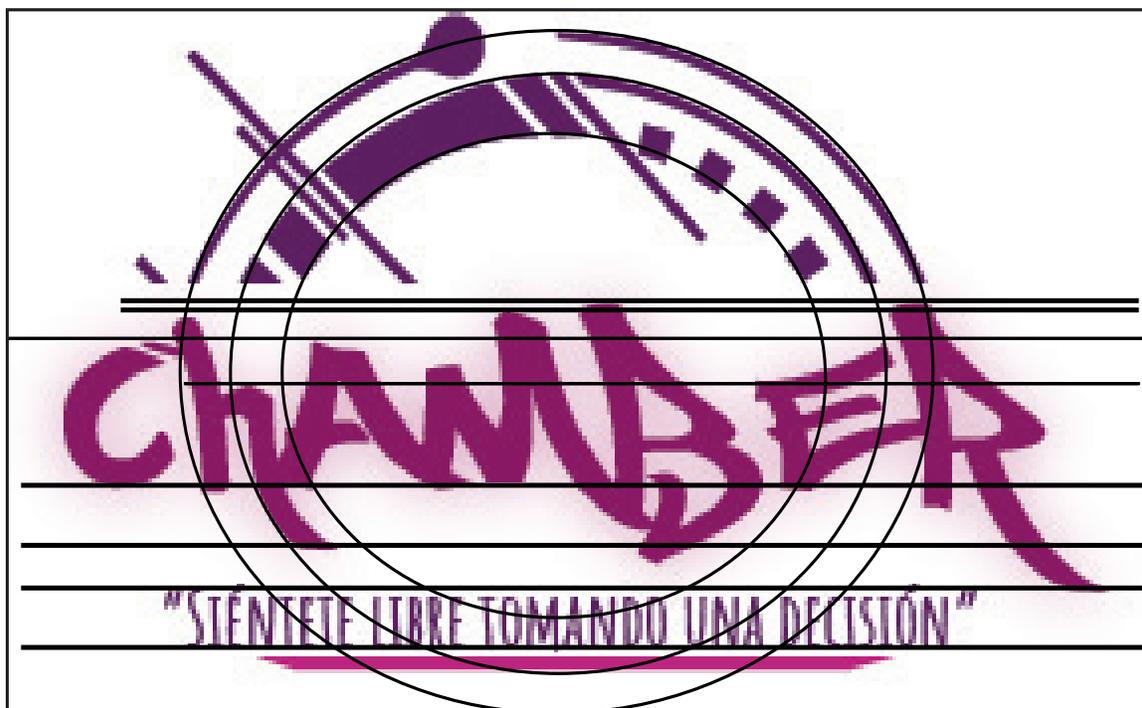
ENTORNO



SOCIEDAD



Red de Trazo



Código Cromático

La selección de los colores se basó a lo que más les agrada y los hace sentir bien, una representación de ellos mismo, simbolizando la libertad y el sentirse parte de este proyecto.

Psicología del color morado se asocia con el lujo, el poder, la sabiduría, la creación y la magia. Un color combinado donde el rojo le da energía e intensidad y el azul calma y estabilidad.

Representa un equilibrio emocional y armonía física, apoyo y bondad.

El lado opuesto de todo lo que asociamos al negro, y las personas que usan el blanco transmiten una imagen de bondad, pureza e inocencia, ya que este color simboliza paz, humildad y amor.



62135B
RGB 28. 19. 91.
CMYK 58%. 100%. 24%. 22%.

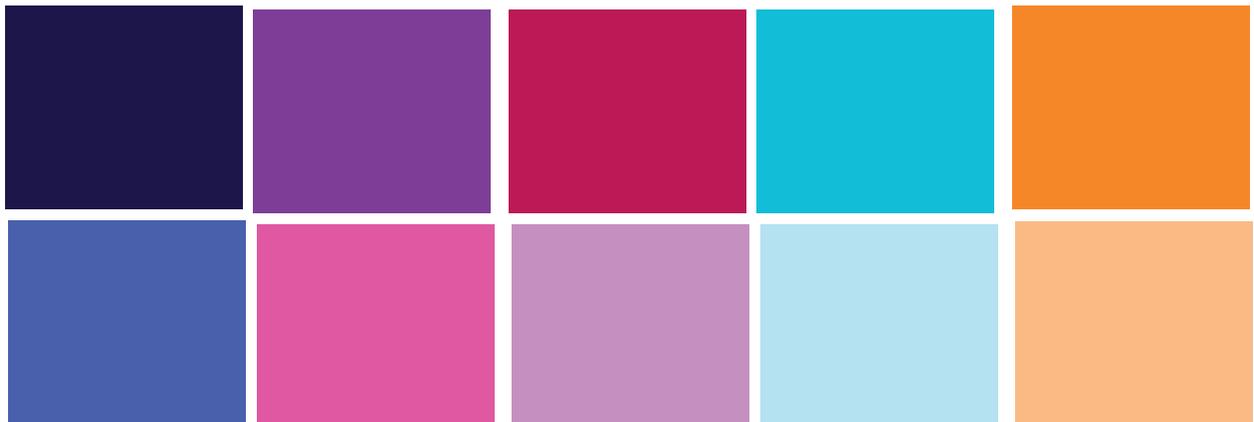


8F135D
RGB 143. 19. 93.
CMYK 35%. 100%. 40%. 0%.



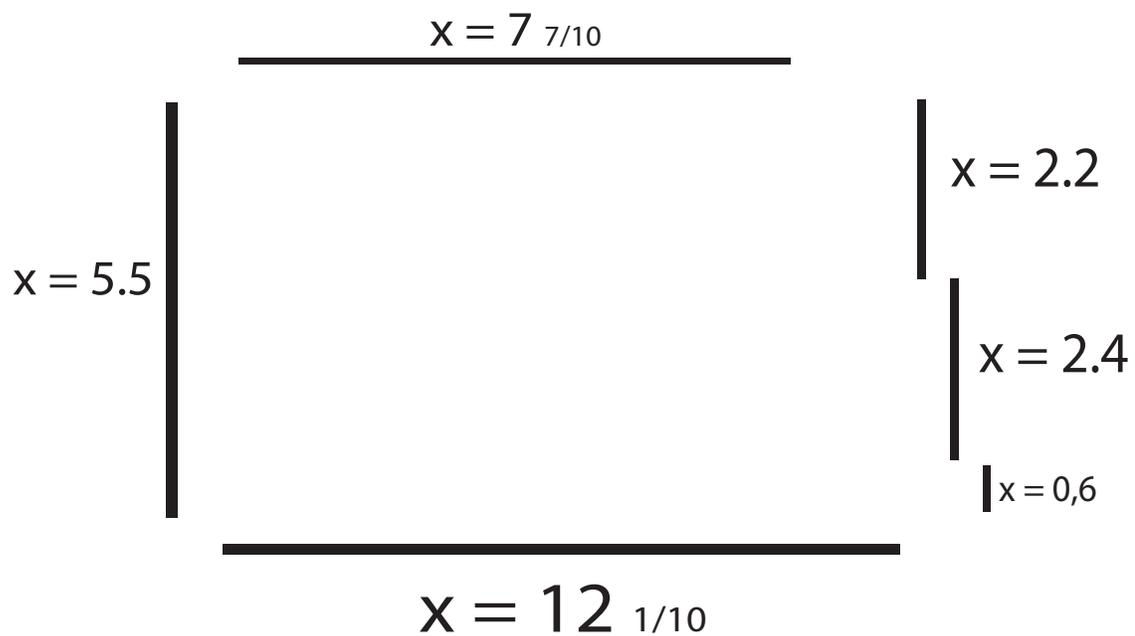
FFFFFFFF
RGB 255. 255. 255.
CMYK 0%. 0%. 0%. 0%.

Colores complementarios



Plano Técnico

C $x = 1.1$ por 1.2



Área de Seguridad

C=X



Negativo Positivo



Verciones

Versión en fondo Blanco, solo se una el fondo con los colores seleccionados.



Vesión Original se usa solo la silueta en NEON



Versión con poción se une el fondo y la silueta.



Tipografía

La tipografía se selecciona de acuerdo a la libertad que les expresan los grafitis, al verlos y estar compartiendo su entorno de su diario vivir.

TIPOGRAFIA LOGO: *NOT WASTED*

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890'?'¿-.

Tipografía documento y demas:

Título: SIFONN

Contenido: Minion Pro

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890'?'¿-.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890?¿-.{}

Ilustraciones

Las ilustraciones se plantean en el estudio de los jóvenes a partir de sus diferentes gustos por diferentes escenarios, al estilo urbano y concepto de CHAMBER. Basándonos puntualmente a nuestros usuarios. Se desarrolla una interacción diferente para cada ilustración, ya que se imprimirá cuadros grandes y con la aplicación de arte vive se realiza interacción con cada una de ellas.

Los primeros bocetos para la propuesta de ilustraciones y definiendo trazo.

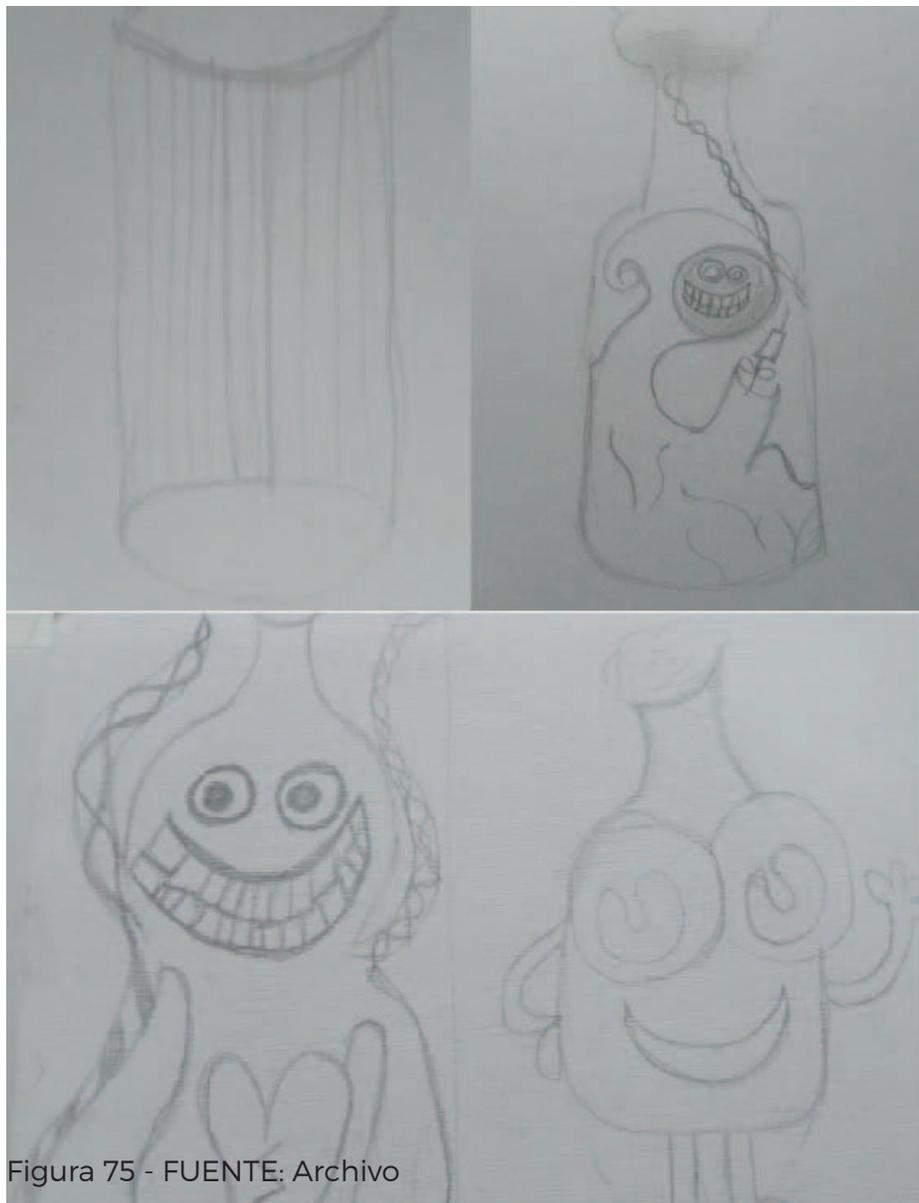


Figura 75 - FUENTE: Archivo

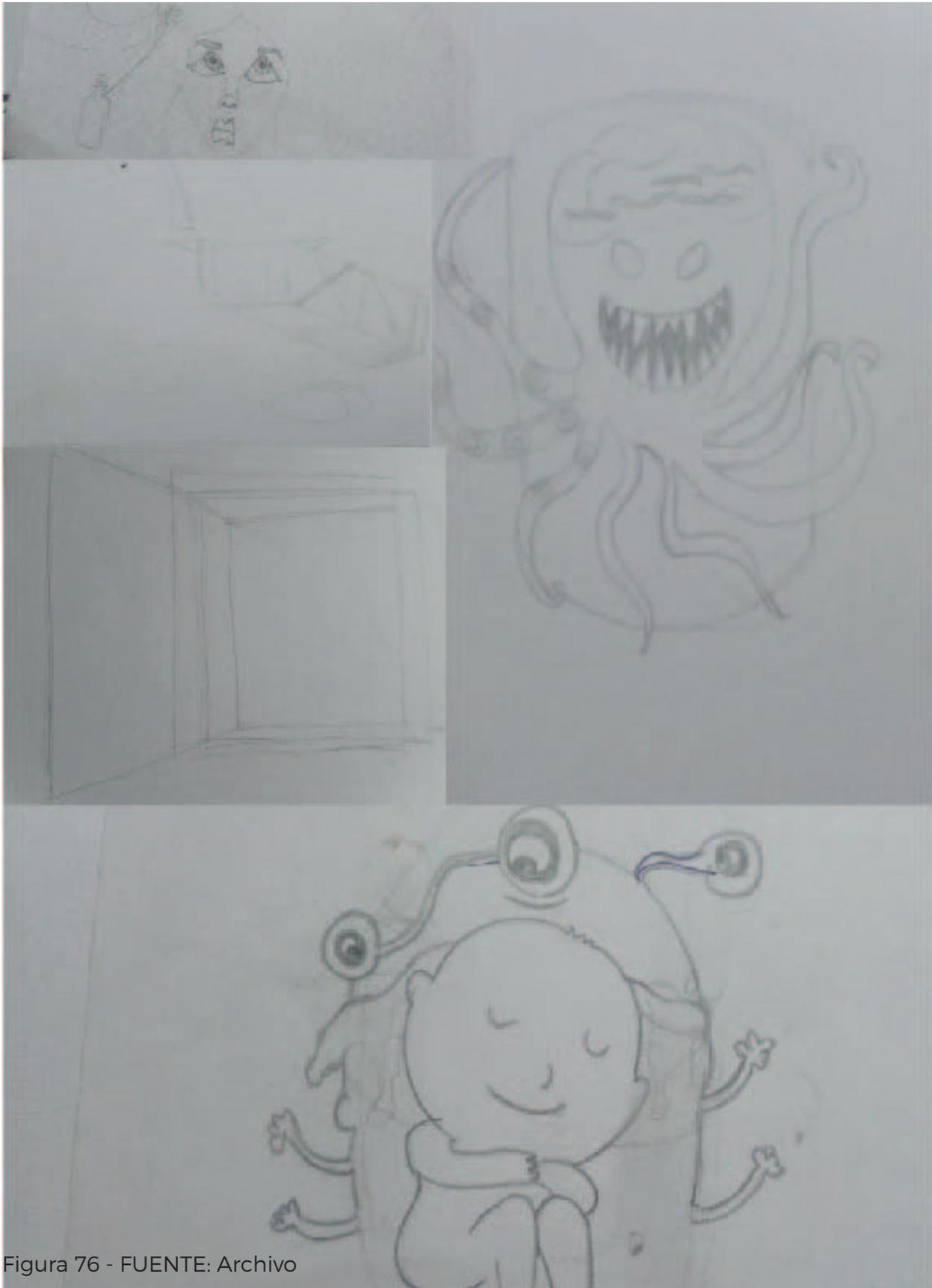


Figura 76 - FUENTE: Archivo

Las ilustraciones elegidas para aplicar interacción.



Vectorización de las ilustraciones

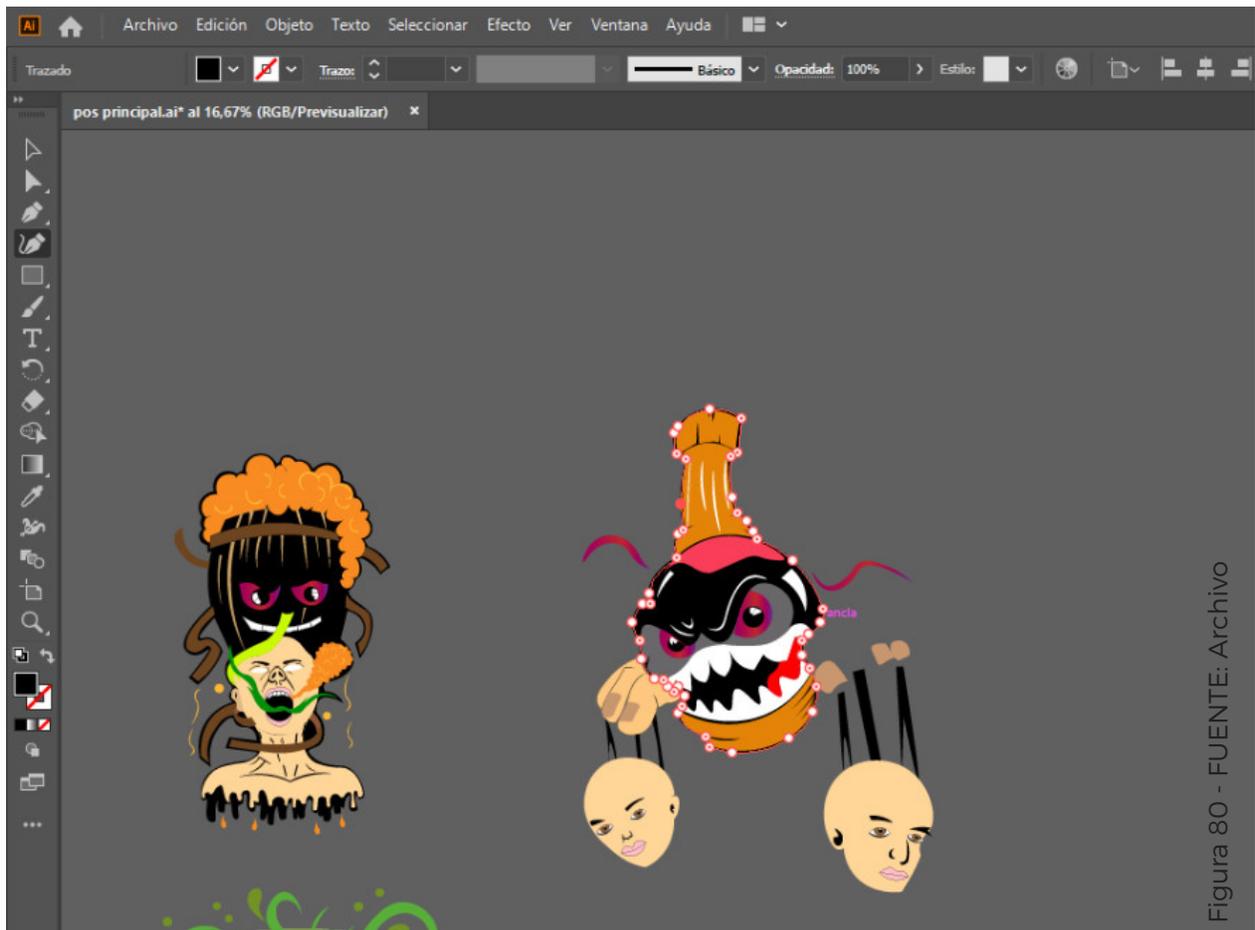


Figura 80 - FUENTE: Archivo

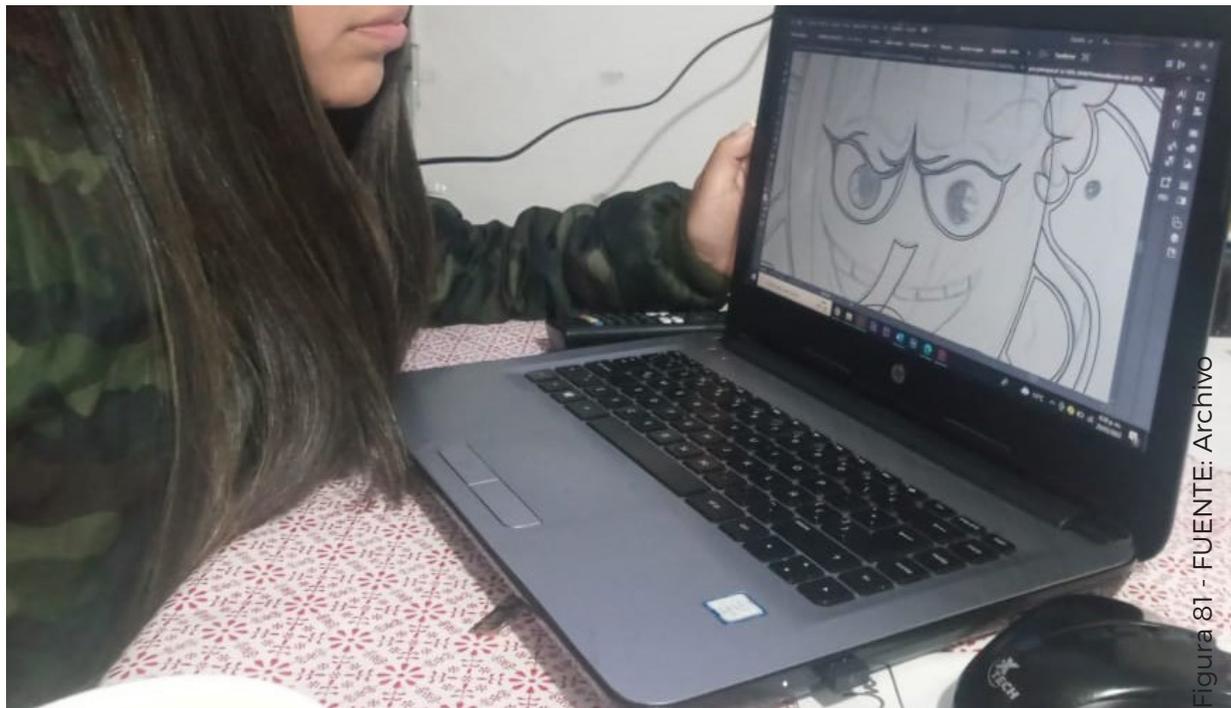


Figura 81 - FUENTE: Archivo

Ilustración Digital 1



Figura 82 - FUENTE: Archivo

Ilustración Digital 2



Figura 83 - FUENTE: Archivo

Ilustración Digital 3

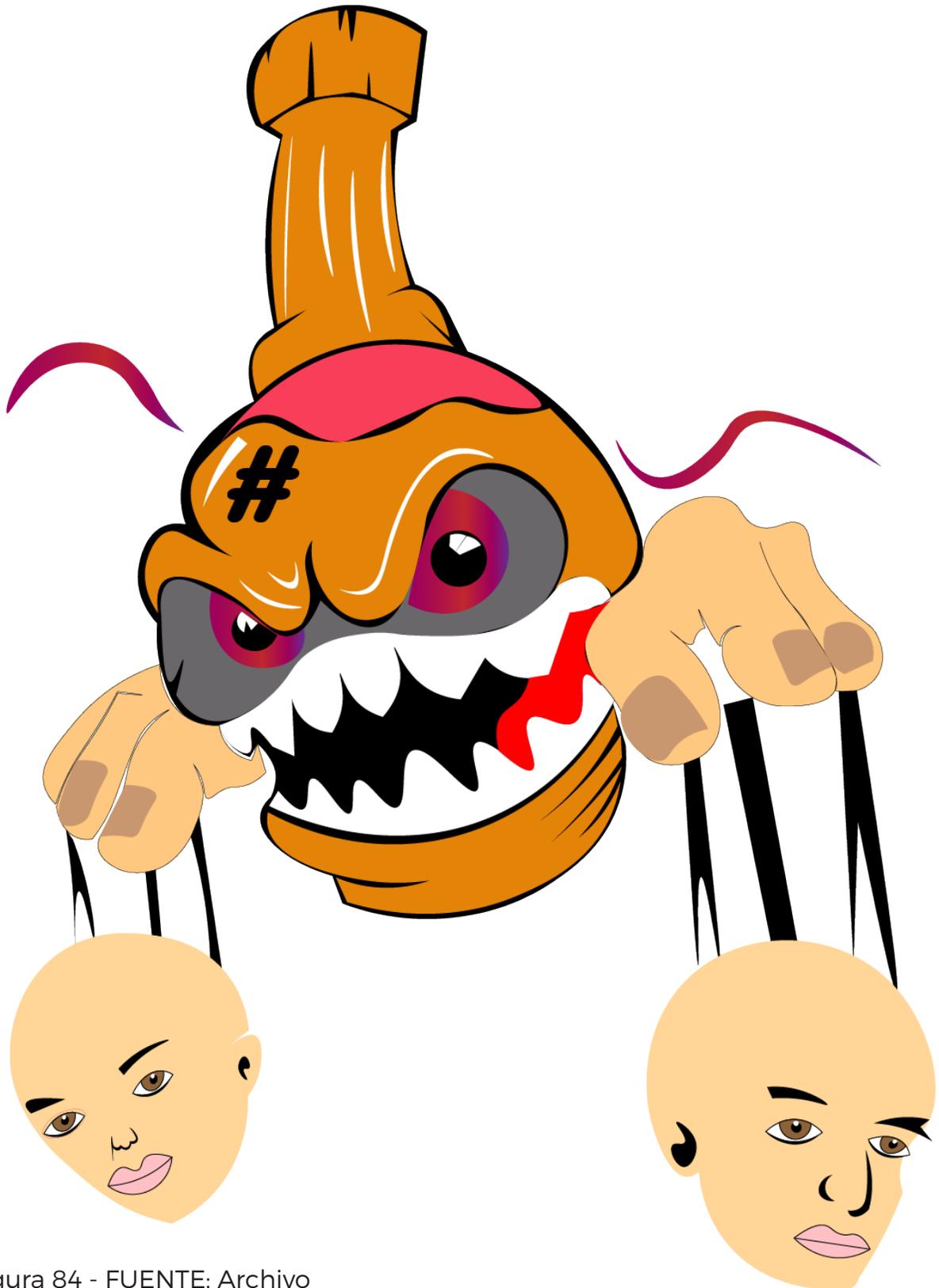


Figura 84 - FUENTE: Archivo

Creación de animación de las ilustraciones y agregar a la aplicación ARTEVIVE.

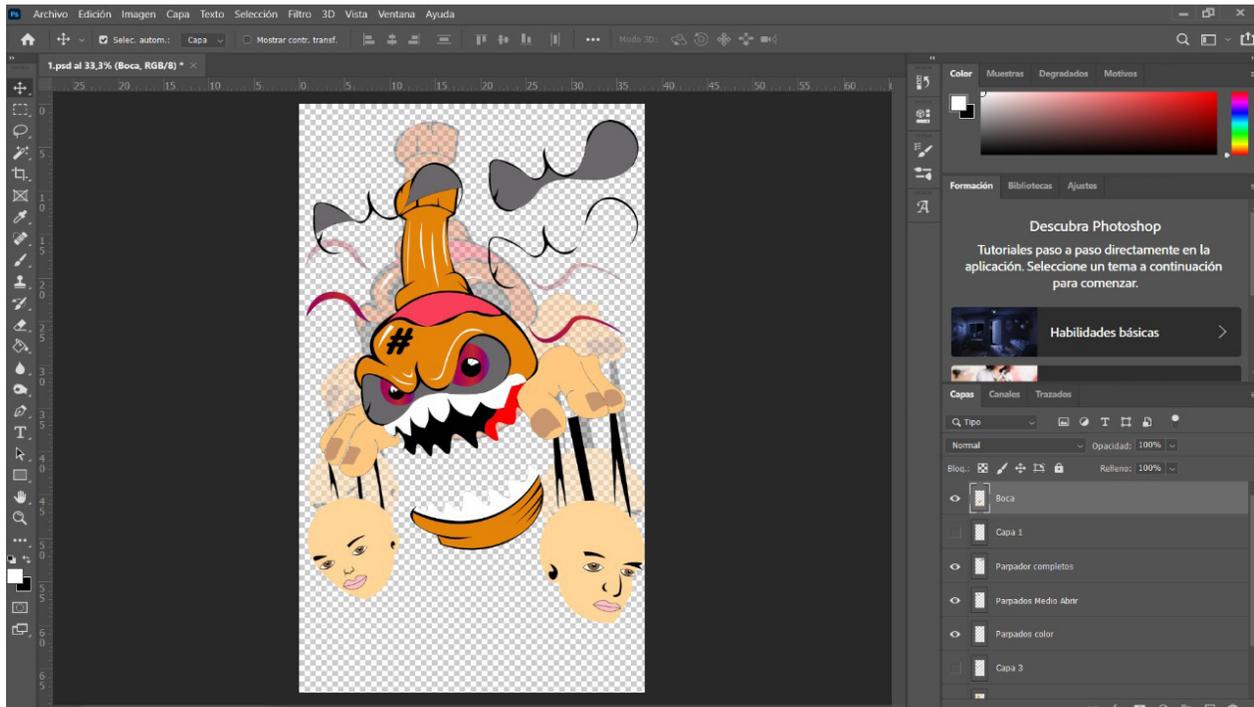


Figura 85 - FUENTE: Archivo

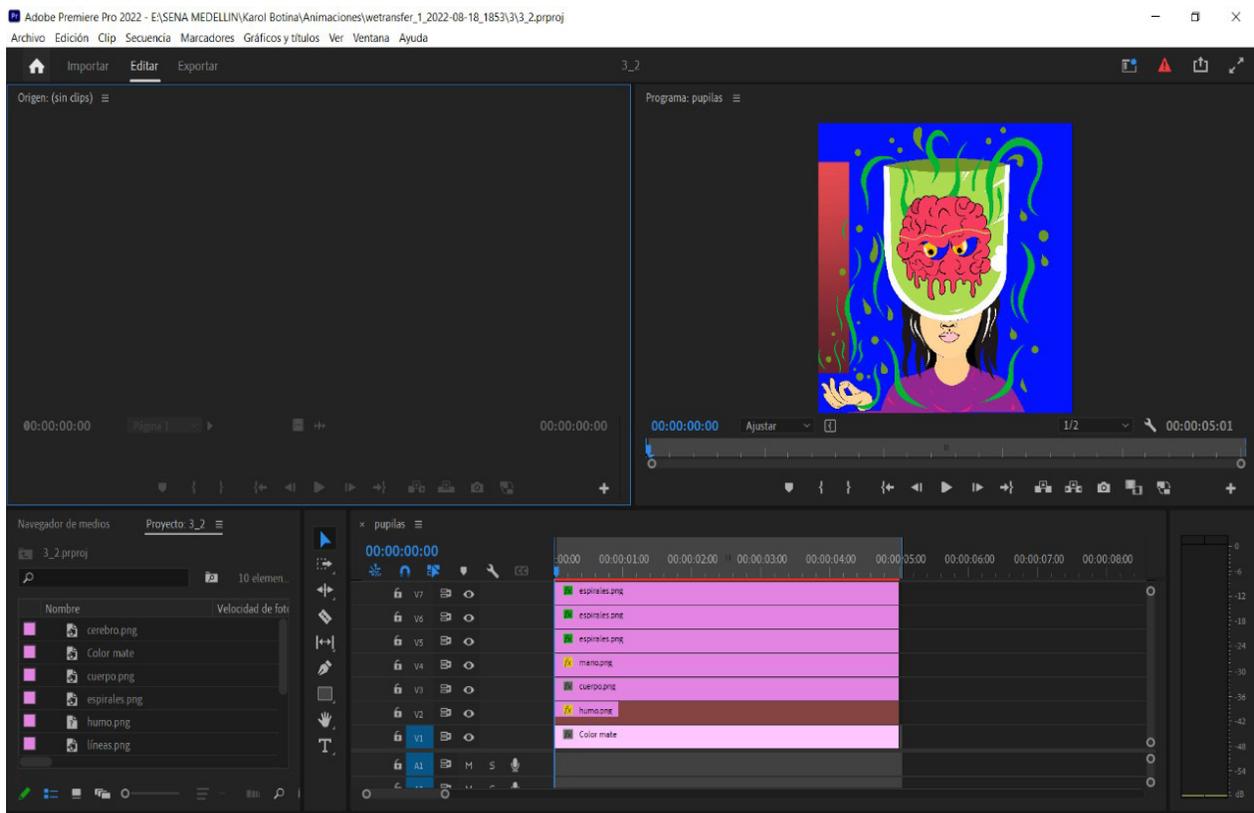


Figura 86 - FUENTE: Archivo

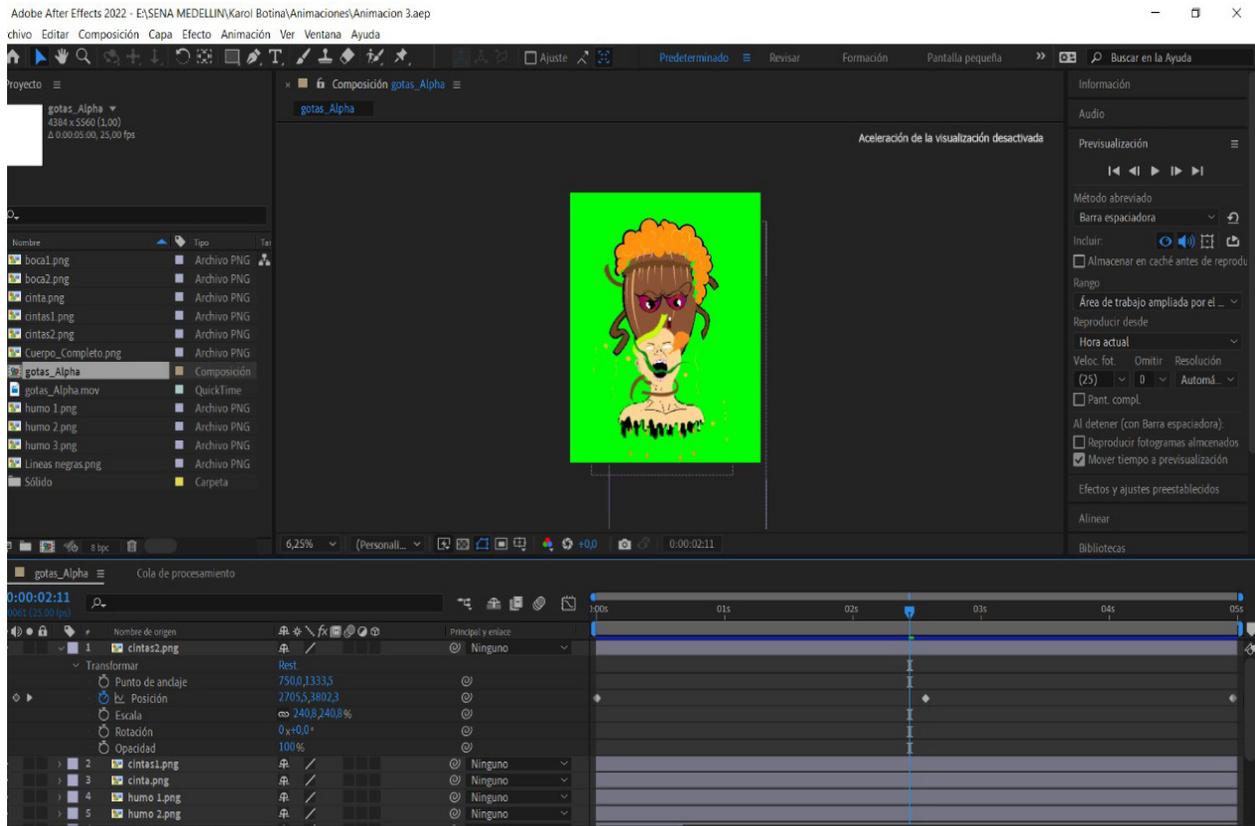


Figura 87 - FUENTE: Archivo

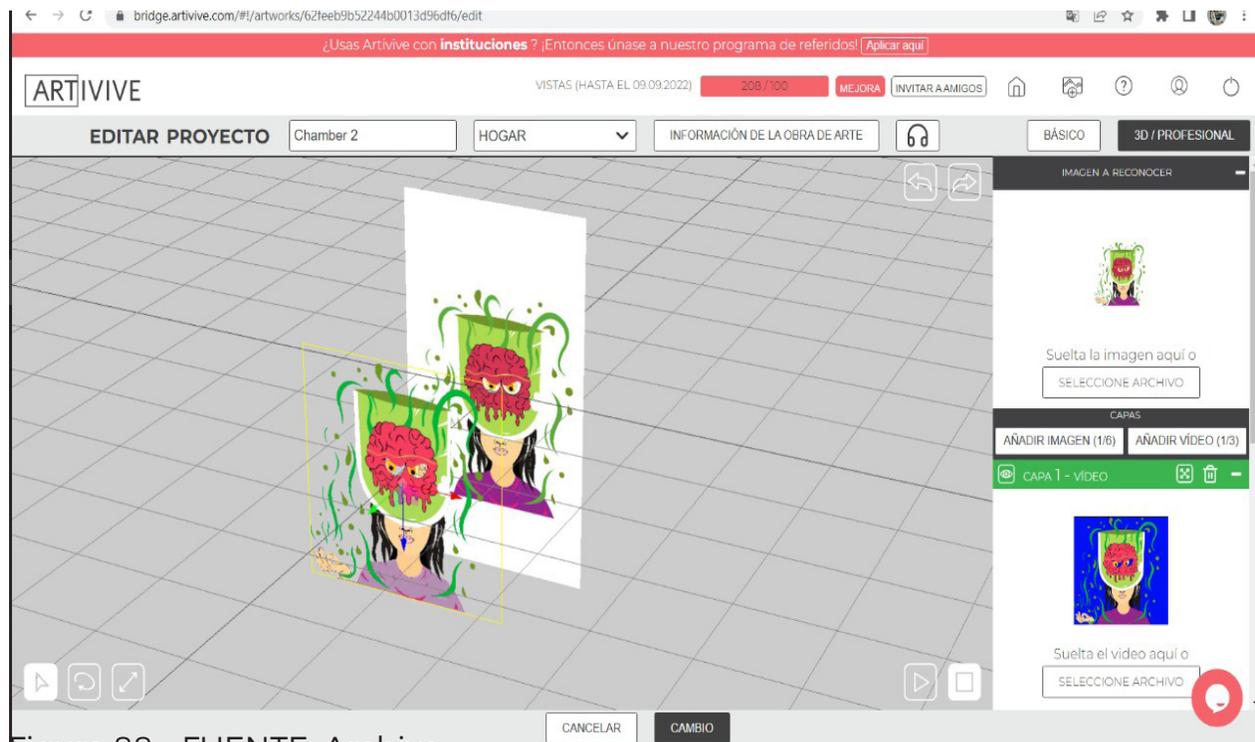
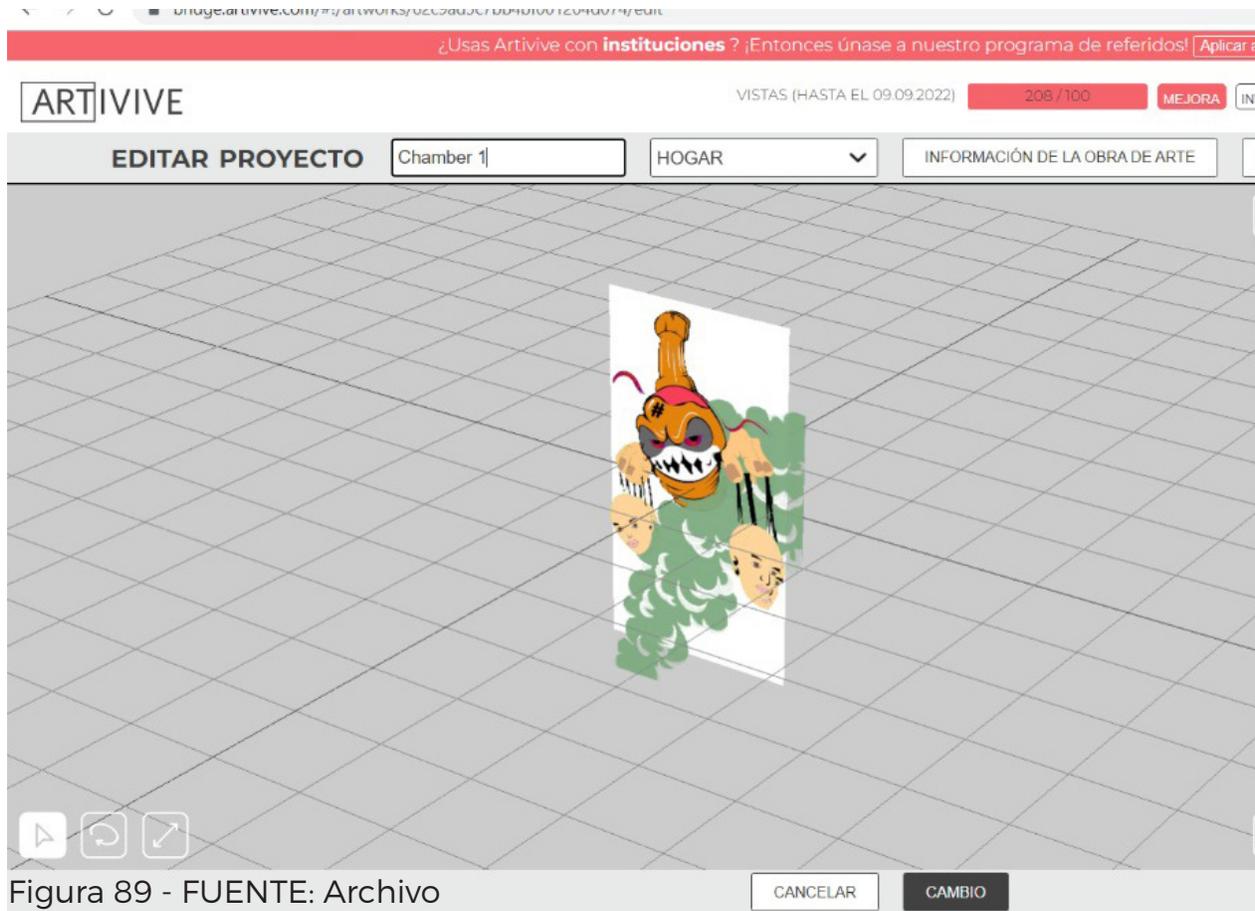


Figura 88 - FUENTE: Archivo



Diseño de Interior

En el diseño de interiores es el proceso que involucra en espacio de interacción de la experiencia CHAMBER, dentro de la realidad virtual como del entorno físico. Se plantea el diseño a partir del concepto libertad y urbanismo, desarrollando un entorno agradable y a gusto para los jóvenes.

A continuación, se mostrará los escenarios del diseño de interiores planteados de la experiencia educativa.

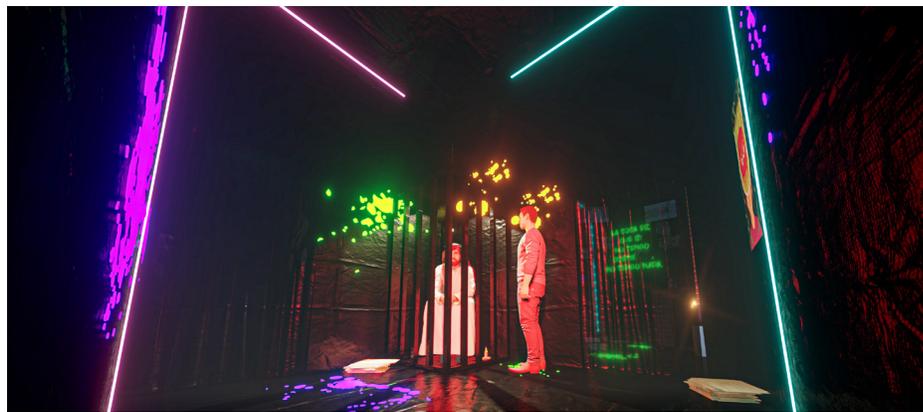


Figura 90 - FUENTE: Archivo

Desarrollo de Realidad Virtual

Modelado 3D

Representación 3D computarizada de cualquier objeto a través de un software de modelado 3D. En este caso se realizará el modelado 3D del escenario o casa.

PROCESO	DESCRIPCIÓN
1. Levantamiento Arquitectónico	Toma de dimensiones en ancho, largo y profundidad, que servirán de guía para la creación del modelo 3D.
2. Modelado 3D de escenario.	Por medio de una secuencia de polígonos se crea una malla tridimensional que darán forma a los muros, piso y cubierta del escenario 3D mediante un software de modelado 3D.
3. Modelado 3D de props	Por medio de una secuencia de polígonos se crea una malla tridimensional que darán forma a la utilería, que es el conjunto de objetos que aparecen en la escena.
4. Texturizado	Por medio de la creación de imágenes las cuales son insertadas en la malla 3D de los diferentes objetos se crean materiales que nos aproximan a la realidad, materiales como por ejemplo el hierro, el plástico, entre otros.
5. Iluminacion	Se realiza la configuración necesaria para simular luz en el entorno 3D, en el escenario y en los diferentes props.

Tabla 3. Fuente: Archivo - Modelado 3D

Recorrido en Primera Persona

Creación de un ejecutable a manera de videojuego en primera persona, el cual nos permite recorrer las diferentes escenas e interactuar con ellas a través de los diferentes props o configuraciones en el espacio.

PROCESO	DESCRIPCIÓN
1. Camara	Se crea una cámara que funcionan como la vista humana y nos permite la visualización en todo el recorrido de las escenas.
2. Character Persona	Se crea un personaje no visible el cual es el que recorrerá el espacio y simulara a la persona real que interactúa con el video juego
3. Interactividad	Se configura los props de tal manera que le permitan al personaje en primera persona interactuar, aquí encontramos efectos de luces, efectos de humo, efectos de sonido, y efectos audiovisuales.
4. Render	Se configura las escenas de tal manera que nos generen en el proyecto una imagen fotorrealista a partir del modelo 3D.
5. Post Producción.	Se realiza la edición necesaria para conformar el producto final del ejecutable del video juego.

Tabla 4. Fuente: Archivo

Poster



Figura 91 - FUENTE: Archivo

Diseño de Cabina Fotográfica

Se plantea la idea a partir de los gustos y sus emociones, para ofrecer más interacción en el entorno físico. En el cual ellos pueden tomarse fotos, publicarlas y formar parte del entorno, mientras esperan el turno de ser aplicado el 360 realidad virtual.

Los murales que se ubican de lado y lado, fue hecho con una adolescente y mi persona, se pretendía plasmar diferentes emociones e ilustraciones dependiendo del gusto de ella. Así se toma la decisión de usarlos de fondo para fotografías con cinta led, causando una unión grafica de CHAMBER y los gustos urbanos de estos jóvenes.

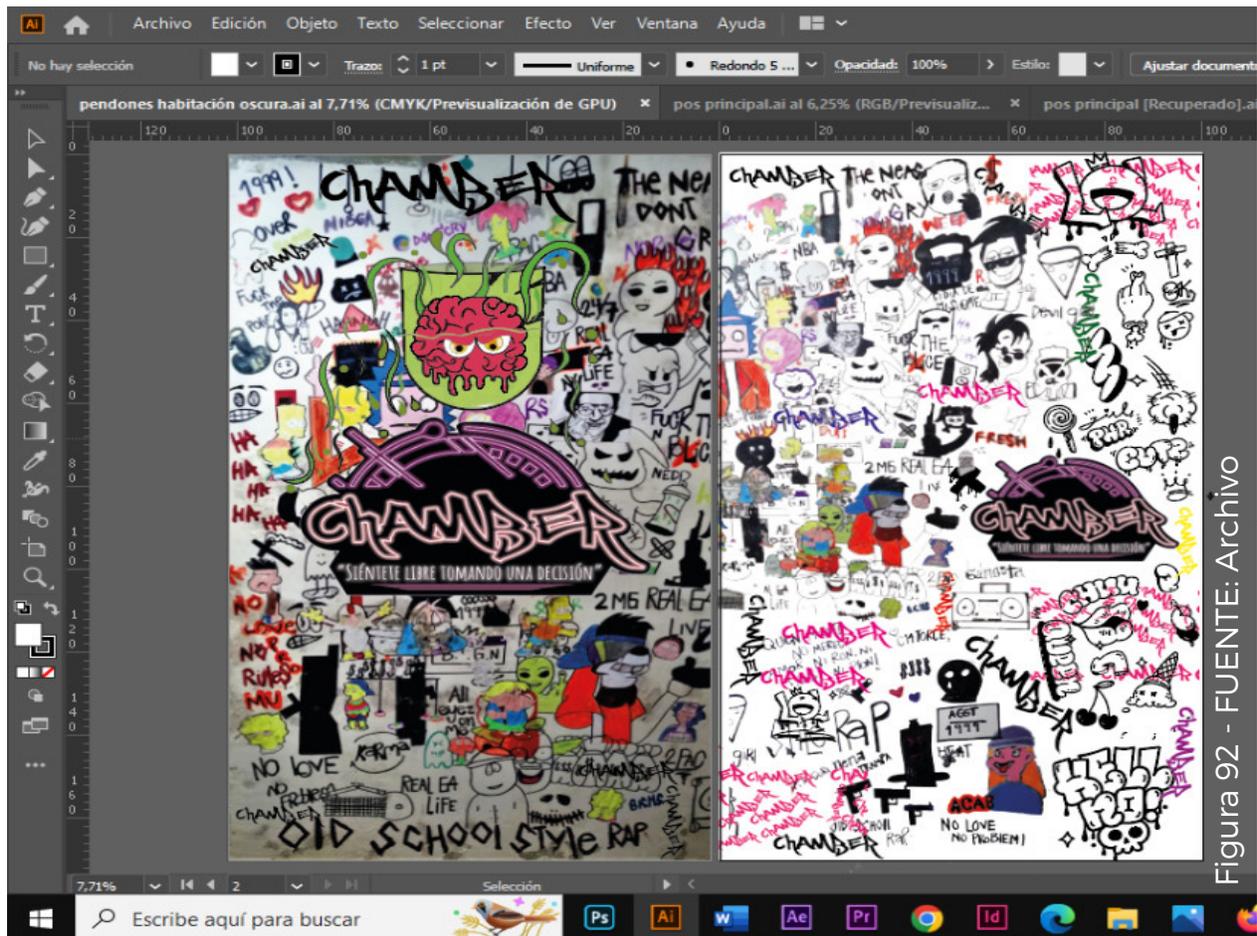


Figura 92 - FUENTE: Archivo

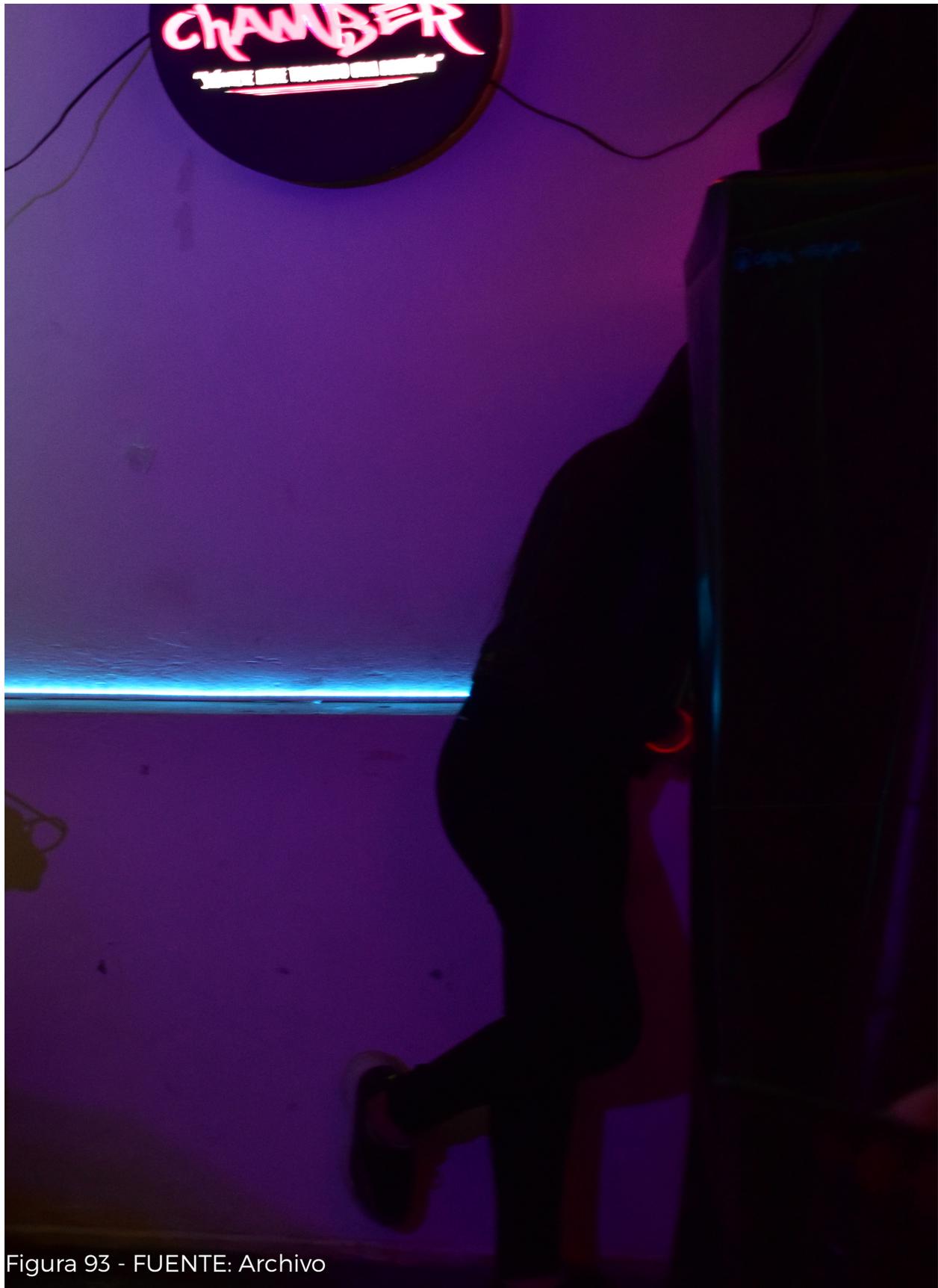


Figura 93 - FUENTE: Archivo

Diseño de Plegable

Se desarrolla un plegable informativo con la información mas importante sobre las causas y consecuencias del consumo de alcoholismo, este plegable tiene adaptado los códigos QR de las redes sociales de CHAMBER informando sobre la experiencia y todo lo que involucra.



Figura 94- FUENTE: Archivo

FAMILIA

Los hijos tienen mayor predisposición para desarrollar problemas de abuso de sustancias y otros trastornos. Tensión y estrés en todos los miembros de la familia. Temor, Conflictos importantes, discusiones y agresividad.





ECONOMIA

Según la secretaria de hacienda del departamento el consumo de licores ha incrementado de manera considerable en la temporada de pandemia.

AÑO	Consumo Alcohólico (Millones)
2019	\$15.759
2021	\$82.324

CAJAS

ALUCINOSIS ALCOHOLICA
El estado se asemeja a la esquizofrenia, pero en general no existen trastornos del pensamiento.

HIGADO
Vomito y dolor de cabeza

CORAZÓN
Acelera el pulso.

SISTEMA NERVIOSO
Disminuye la memoria.

ENFERMEDADES
Cirrosis Hepática y males cardiacos.

El consumo de alcohol causa más de **200** enfermedades y trastornos.



El Alcohol no soluciona tus PROBLEMAS

CIGUENAS


WWW


Instagram


Facebook

Escanea nuestra ilustración

 Arlevis

Figura 95 - FUENTE: Archivo

Storytelling

Diseño de una experiencia educativa, que permita dar a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo a partir de la innovación social a los jóvenes de grado 10 en el Instituto Técnico Industrial “TTSIM”. Se quiere ofrecer información y experiencia sobre las causas y consecuencias del consumo del alcoholismo, dentro de esta experiencia de vida de personas que nos comparten una parte de su vida referente al alcoholismo.

Se aplicará una experiencia educativa, por medio de una experiencia emocional, la cual es una realidad virtual 360 e interactiva, aplicada por gafas y efectos, de esta forma se divide en tres facetas del proceso alcoholismo, como primera instancia hablamos de la diversión, la profundidad del problema y la reflexión. Lo que se pretende es comunicar de forma interactiva, entendible y funcional el proceso de la reflexión.

Se divide la experiencia en dos momentos uno físico y la realidad virtual 360, para la aplicación del prototipo se plantea dos espacios físicos para exponer diferentes momentos de interacción. En uno de ellos se coloca todo lo gráfico e interactivo, la bienvenida colocando logo, ilustraciones, cabina fotográfica, exposición de fotografías y una mesa de pasabocas. En este espacio interactúan con la app Arte vive y todo lo que lo conforma la composición mientras se espera el turno de la aplicación de realidad virtual 360. Segunda habitación se aplica la realidad virtual 360, ya que se cuenta con un par de gafas, se procede a la aplicación a cada usuario.

A continuación, se explicará cada fase, la cual se realizará una intervención de espacio, para la sensibilización de emoción. Dentro de esta cápsula emocional se desarrolló el proceso gráfico completo.

Faces de experiencia Realidad Virtual 360

Fase - TUNEL

Esta fase es la bienvenida de los jóvenes, ingresaran por un túnel, para llegar a la primera habitación. esta aplicación de experiencias es como una discoteca aplicando diversas experiencias emocionales para los jóvenes, empezando con la bienvenida en el túnel y la representación del logo.

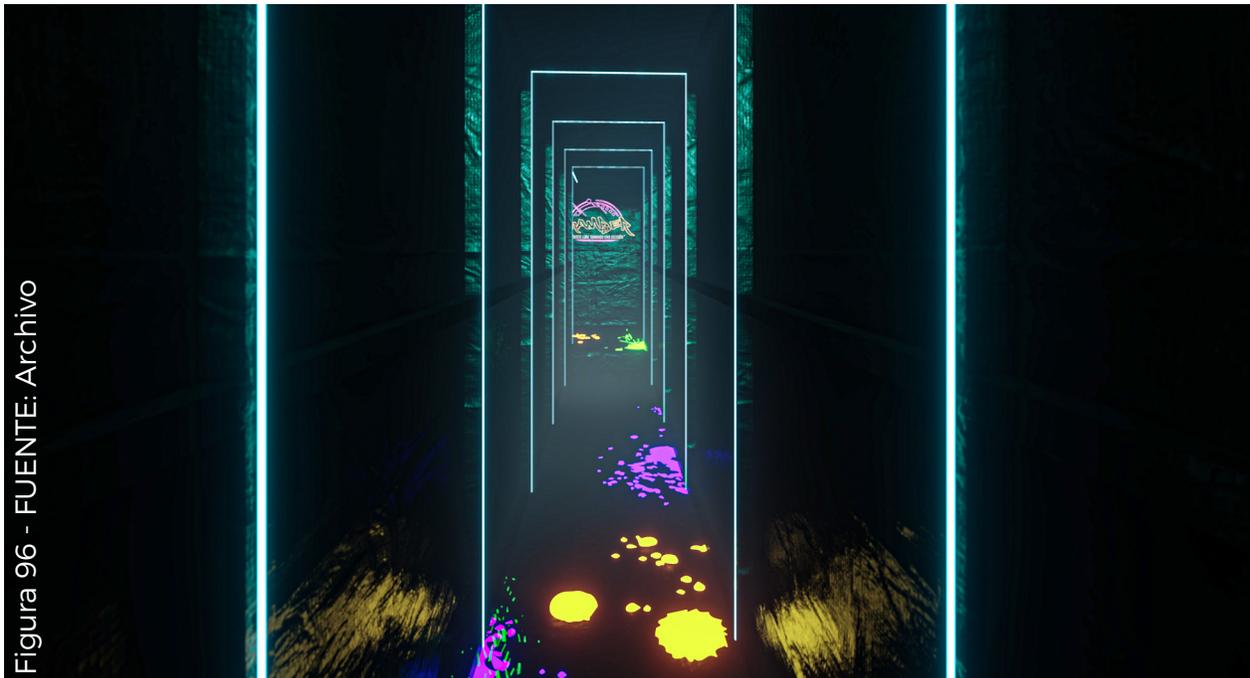


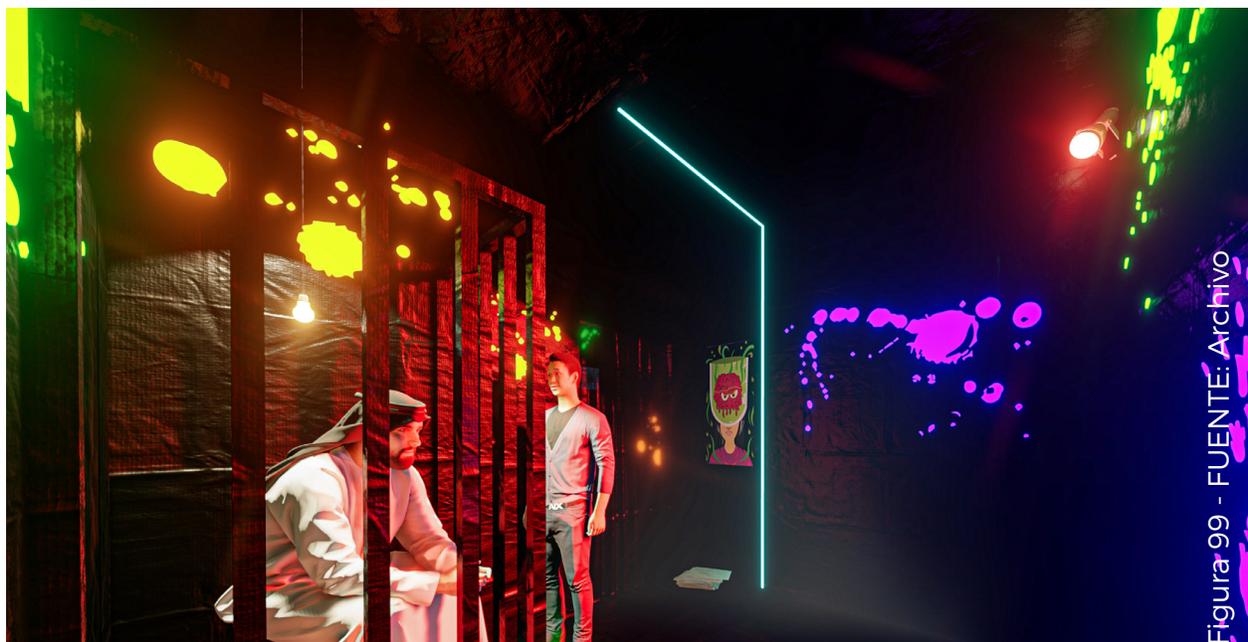
Figura 96 - FUENTE: Archivo



Figura 97 - FUENTE: Archivo

Fase 1- diversión - ESPACIO SONORO

Una habitación que al ingresar se encontrarán con un borracho encerrado, queriendo dar a entender como el alcoholismo nos convierte en prisioneros. Se desarrollará un espacio sonoro de frases de borracho (Coral, 2000), mientras escuchan ellos interactúan con la realidad virtual como se mira en las imágenes.



Fase 2 – profundidad del problema - cuarto oscuro

Este espacio será la explosión de fotografías teniendo una interacción del zoom o el movimiento de ellas, donde se contará las causas y consecuencias de todo lo que conlleva el consumir alcohol, tanto emocional, física, social, económica, psicólogo, familiar entre otras y mientras analizan la explosión fotográfica, se reproducirán espacio sonoro de coadictos (Familiares de alcohólicos) quienes comparten su experiencia, finalizando sonara las voces de jóvenes diciendo “siente libre”.





Figura 102 - FUENTE: Archivo

SE COMPARTE LINK DEFINITIVO, REALIDAD VIRTUAL 360.

<https://youtu.be/M6VxOqRgxlk>

Realidad Fisica

Fase 3 – reflexión – información de reflexión

Se da la bienvenida a la experiencia ingresando a la habitación, la cual se puede interactuar con todo lo propuesto grafico y emocional. Se encontrarán ubicados el Logotipo, ilustraciones animadas, Cabina fotográfica, la exposición de fotografías de alcoholismo y una mesa de pasabocas, para la interacción de los usuarios mientras esperan el turno de la aplicación 360.

Mientras ellos interactúan, analizan y conocen. Se hace la intervención del borracho, el cual los hará sentir incómodos, al finalizar se realiza la charla TOX informativa por parte del experto miembro de A.A y se entregará plegables CHAMBER informativos con código QR “Síguenos en nuestras redes sociales”.



Figura 103 - FUENTE: Archivo

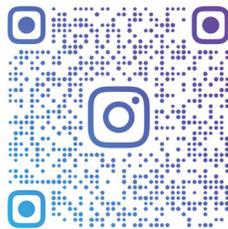
MEDIOS DE INFORMACIÓN

Estos medios son de mucha utilidad, ya que nuestros usuarios permanecen navegando las redes sociales todo el tiempo. Es un medio de difusión muy directo e interactivo, por medio de este publicar información de la experiencia Chamber y toda la información acerca del alcoholismo e interactuando con ellos.

Las redes sociales más usada por los usuarios Facebook, Instagram y una página web, así que enlazamos códigos QR que nos llevan directo a cada red social.



 W.W.W



 Instagram



 Facebook

FACEBOOK

Se la creo desde que su nombre era Kabca, los usuarios se sienten parte del proyecto, ya que desde el inicio interactúan por ser un tema de importancia. Facebook una herramienta utilizada a diario por nuestros usuarios para compartir emociones diferentes. Actualizamos Facebook con todo lo referente a CHAMBER y se hace publicaciones actuales para la interacción.

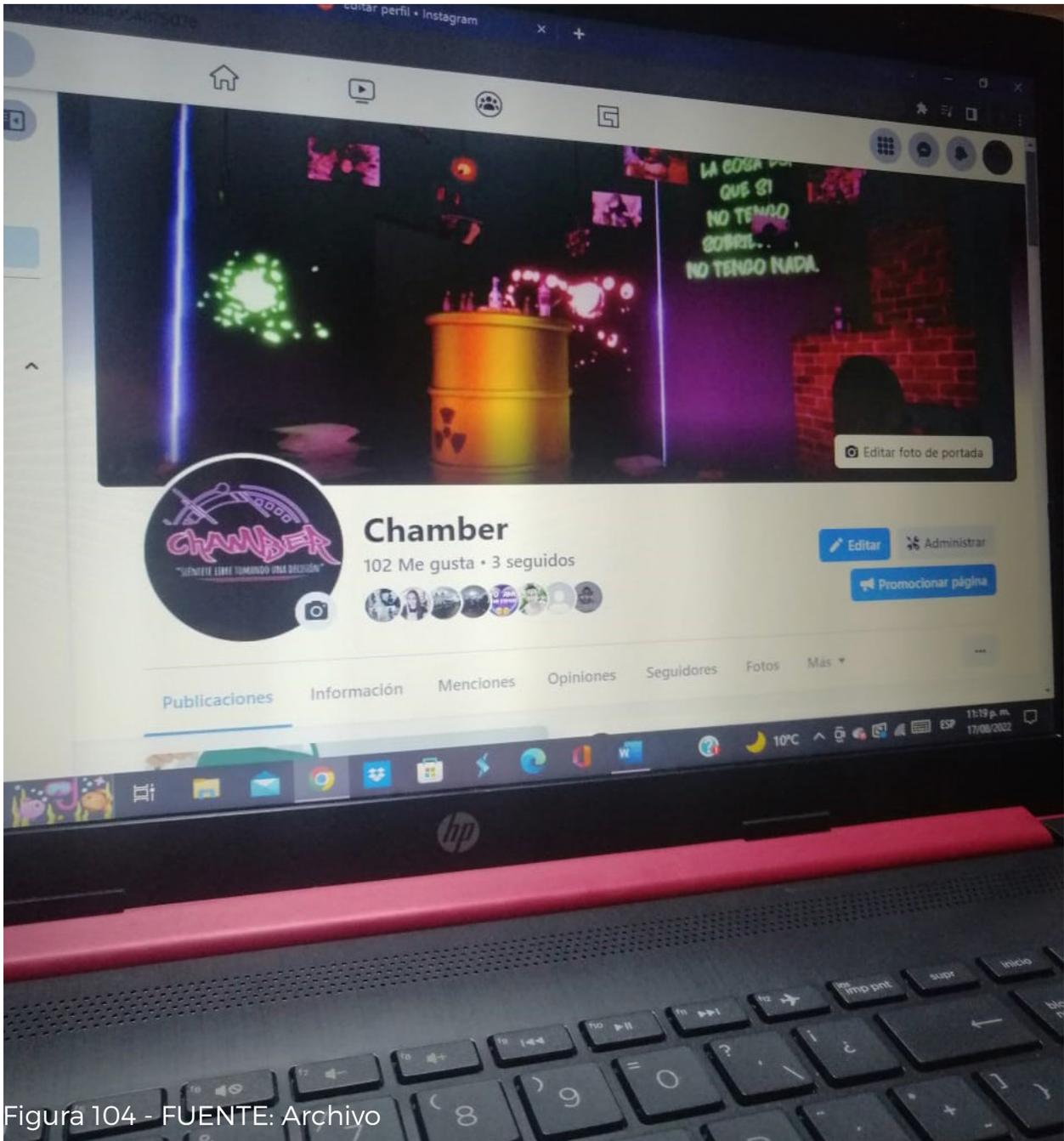


Figura 104 - FUENTE: Archivo

INSTAGRAM

Actualizada e interactiva, donde todo o informativo se plante aquí. Comparten publicaciones del evento de chamber y empiezan a seguir las redes sociales.

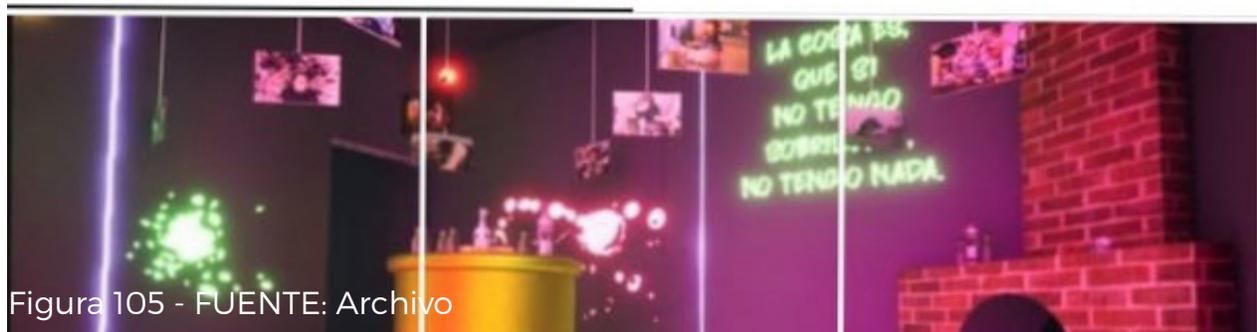


Figura 105 - FUENTE: Archivo

PAGINA WEB

Actualizada e interactiva, donde todo lo informativo se plante aquí. compartiendo información importante sobre CHAMBER.

Esta página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



Inicio Contacto Acerca de Foro Miembros [f](#) [@](#) [i](#) Iniciar sesión

ALCOHOLISMO

ALCOHOLISMO JOVENES SAUD FAMILIAR



¿QUE ES CHAMBER?

PROYECTO DE DISEÑO SOCIAL

Es un proyecto en el cual queremos sensibilizar a los jóvenes y hacerlos sentir parte de esta aventura donde se dara a conocer la historia de vida de Luis Gerardo botina quien fue una persona con problemas de alcoholismo y todo lo relacionado a ello.

[iVamos a chatear!](#)

BIENVENIDOS AL FORO

Has parte de la comunidad EXPERIENCIA CHAMBER, compartiendo un testimonio relacionado con el Alcoholismo.

CONTACTENOS

COLOMBIA, SAN JUAN DE PASTO, NARIÑO

Figura 106 - FUENTE: Archivo



Figura 107 - FUENTE: Archivo

APLICACIÓN EXPERIENCIA

La realización de esta experiencia fue necesario utilizar dos habitaciones, las cuales fueron adecuadas un día antes: En el primer salón se aplicó 360 realidad virtual, teniendo un par de gafas de 3D.

La segunda habitación fue distribuida de la siguiente manera: Se podía observar el desarrollo del logo, en una de las esquinas la cabina de fotografías con los murales, así mismo se podía observar las ilustraciones para la interacción de arte vive, a un lado ubicada una mesa de mufls con luces de neón y la respectiva marca Chamber. A la hora señalada comenzaron a llegar los jóvenes recibéndolos con la bienvenida y se les informa como tienen que interactuar. El ingreso fue uno por uno a la aplicación del 360.

Se explica cada paso y el desarrollo de la experiencia CHAMBER. A continuación se realiza una breve reseña relacionada a la aplicación de la experiencia.

Se imprime todo la parte grafica para la aplicación de la experiencia.

Se organiza el material a utilizar para que todo este sincronizado y no presentar ningún contratiempo.

Se verifica que los refrigerios estén listos para repartir después de haber realizado la intervención.



Figura 108 - FUENTE: Archivo



Figura 109 - FUENTE: Archivo

Invitación

Se toma la decisión de hacer las invitaciones interactivas, donde se quiere invitar al usuario a ahorrar y entienda la frece “el alcohol te trae problemas”. Se aplica en una lata de cerveza, se desarrolla la organización de la fecha, lugar, día, un código QR que invita a descargar la app de Artevive para le interacción del entorno y de la aplicación de la experiencia.



Prototipo de propuestas de invitaciones

Se plantea la idea de la lata por el significado que la sociedad tiene, esto con el fin de desarrollar una información reflexiva sobre el consumo del alcoholismo, de esta misma forma invitándolos al reciclaje. Se toma la decisión de composición de los datos relevantes de la invitación, convirtiéndola en un producto agradable e interactivo y utilizable.

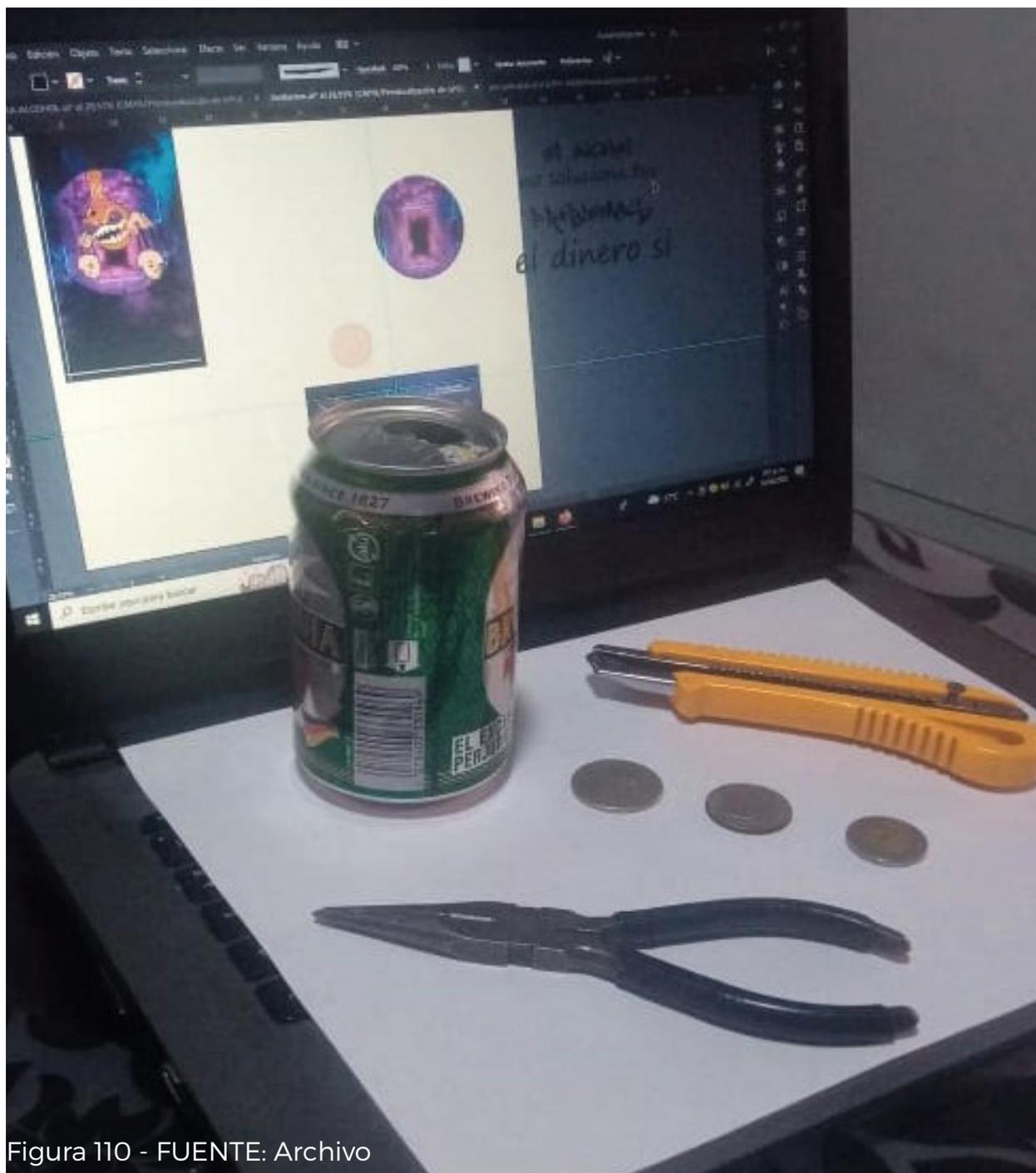


Figura 110 - FUENTE: Archivo

Interacción de la invitación con el código QR, para descargar aplicación Arte vivi



Figura 111 - FUENTE: Archivo

Se procede a entregar a 10 jóvenes participantes a lo cual se sumaron personas que deseaban intervenir en la exposición en total se entregaron 20 invitaciones.

Proceso de desarrollo de invitaciones



Figura 112 - FUENTE: Archivo

Montaje

Se realiza la aplicación a dos habitaciones, la principal en la cual se encuentra toda la composición y la otra para la realidad virtual 360.

Habitación Principal

Se distribuida de la siguiente manera al ingresar va el logotipo de frente iluminado de led, a un lado de logo en la parte izquierda va la cabina fotográfica y del lado derecho esta una de las ilustraciones, en la parte izquierda también se ubicó una ilustración y la exposición de fotografías. En la parte derecha una ilustración y la mesa de pasabocas.



Figura 113 - FUENTE: Archivo



Figura 114 - FUENTE: Archivo



Figura 115 - FUENTE: Archivo



Figura 116 - FUENTE: Archivo



Figura 117 - FUENTE: Archivo

Materiales para la aplicación

1 logotipo neón, 20 latas de cerveza, 1 espejo, impresión de tarjetas en un metro de vinilo, 4 cortinas de color fiesta, manillas neón, 4 metros de plástico negro, cinta neón con cable duples, impresión de las 3 ilustraciones, 2 pendones, mantel neón, logotipo, una caja de clavos, 30 plegables para entregar, 40 mufis decorados 3 gaseosas.

Personal participante

10 jóvenes
10 personas adultas
1 persona aplicar render
1 fotógrafo
1 actor de borracho
1 señor de Alcohólicos Anónimos charla tox



Figura 118 - FUENTE: Archivo

360 Realidad Virtual

Se muestra el inicio de la interacción del proyecto y como se aplicó el diseño dentro de cada área. Por medio del link le voy a mostrar parte de la interacción de cómo se vive la realidad virtual. <https://youtu.be/4DeIO1CO7DM>

Se compone de un túnel led con un audio de fiesta, al seguir caminando se encuentran con el logo y una ilustración con efecto, en la primera habitación hay un borracho encerrado y suena un audio con efecto fiesta y luego frases de borracho colaboración de Fernando coral.



360 SEGUNDA HABITACIÓN

En la habitación ultima hay fotografías expuestas del alcoholismo y suena reflexiones de familiares de alcohólicos esto con el fin de sensibilizar al finalizar el audio suenan jóvenes diciendo siéntete libre y otro “Porque sentirte libre solo depende de ti” esto es todo el 360. El tiempo de realización por persona fue 15 minutos cada uno.



Figura 120 - FUENTE: Archivo

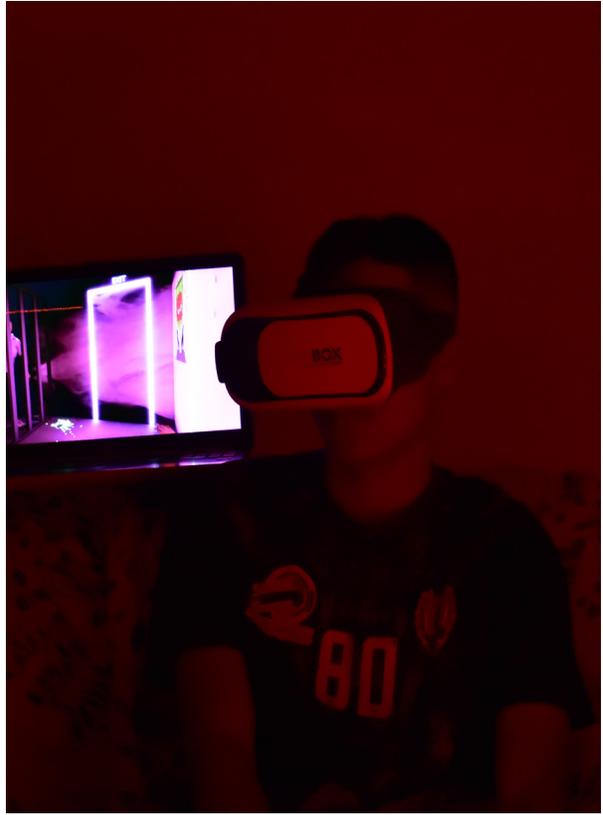
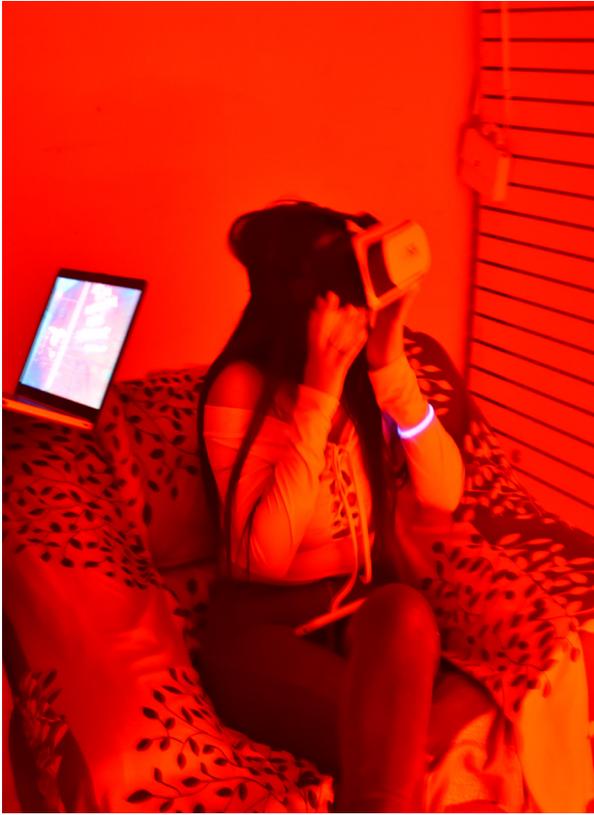


Figura 121 - FUENTE: Archivo

Interacción de ilustraciones artevive

Cada participante con su aplicación descargada iniciaba interactuando con las tres imágenes, llenos de curiosidad para saber de qué se trataba la actividad.



Figura 122 - FUENTE: Archivo



Figura 123 - FUENTE: Archivo



Figura 124 - FUENTE: Archivo

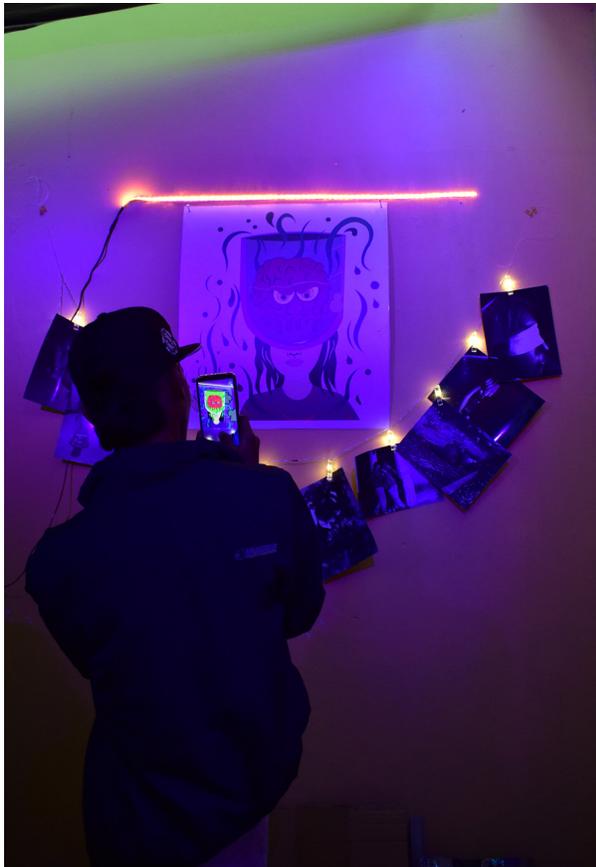


Figura 125 - FUENTE: Archivo

Cabina Fotográfica

Se acondicionó este entorno, se cuelgan los pendones de mural en una esquina frente un espejo de gran tamaño tapado con plástico, colocando en su interior una luz neón de color fucsia, al ingreso los jóvenes se podían tomar fotos, la ambientación contaba con música donde los participantes podían interactuar, finalizando la actividad se distribuyeron los refrigerios a los participantes.



Figura 126 - FUENTE: Archivo



Figura 127 - FUENTE: Archivo



Figura 128 - FUENTE: Archivo



Figura 129 - FUENTE: Archivo

Actuación Borracho

La representación del borracho estuvo a cargo de un actor invitado, el cual interactuó dentro del grupo asistente para observar el comportamiento de las personas participantes de la experiencia, obteniendo reacciones de miedo, fastidio e incomodidad por la actuación del actor. La intervención del actor con su representación de borracho tuvo tres momentos al inicio al intermedio y al final de la aplicación antes de iniciar con la charla tox.



Figura 130 - FUENTE: Archivo

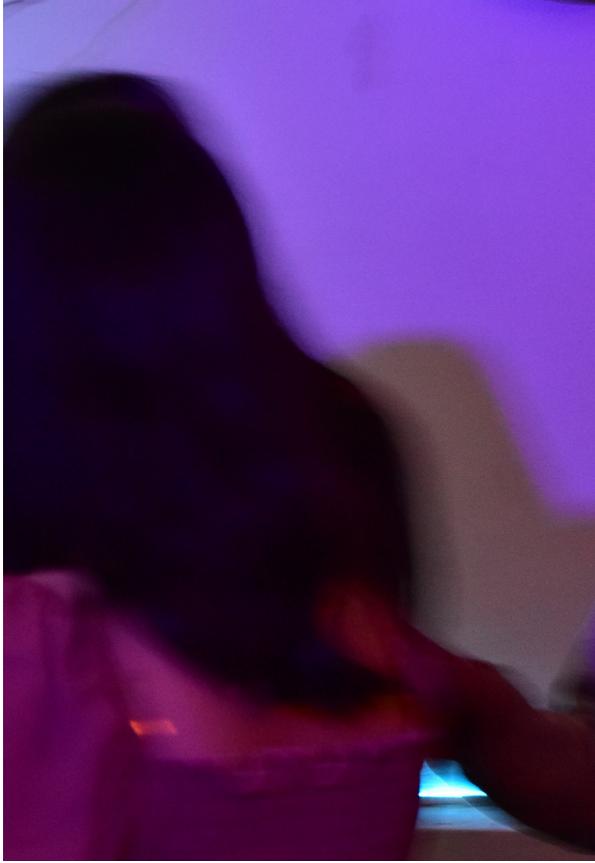


Figura 131- FUENTE: Archivo



Figura 132 - FUENTE: Archivo



Figura 133 - FUENTE: Archivo

Charla Tox

Se finalizar se invita a un dialogo Tox, el cual estuvo a cargo del señor Carlos, integrante del grupo de Alcohólicos Anónimos (AA) invitado para realizar la explicación de causas y consecuencias del consumo del alcohol.



Figura 134 - FUENTE: Archivo



Figura 135 - FUENTE: Archivo



Figura 136 - FUENTE: Archivo



Figura 137 - FUENTE: Archivo

Plegable

Plegable informativo e interactivo, se especifica lo más relevante del alcoholismo con cifras y con los iconos QR de redes sociales para amplificar la información.





En el siguiente link puedes analizar la aplicación de la experiencia https://youtu.be/ZLhV4mX8_qc

TEST DE USUARIO

El test de usuario se realizó con dos jóvenes que cumplieran con las cualidades y la edad de mi público objetivo como un estudio cualitativo para observar opiniones o actitudes acerca del prototipo, en el cual se obtuvieron datos del diseño de la experiencia educativa planteada. Todo con el fin de ajustar detalles y mejorar la experiencia de usuario.

Por otro lado, el ejercicio además de hacerse con la prueba experimental, también estuvo apoyado de preguntas abiertas donde los usuarios pudieron dar sus conclusiones y recomendaciones a cerca de la experimentación con los artefactos. En esta ocasión se obtuvieron resultados que demostraron la capacidad intuitiva de los jóvenes al explorar la realidad virtual y como esto influye de manera clara e informativa de todo lo que sucede con el consumo de alcoholismo en segunda estancia las interacciones del espacio sonoro y la fotografías lo que comunican claramente, sintiéndose familiarizados con la marca y parte de este proyecto social, generando un buen resultado de complemento entre ellas.

Los resultados relevantes de la aplicación de la experiencia Chamber, los datos y sus opiniones.

Primer test aplicado solo Realidad Virtual 360

Primer usuario opinión



Figura 141 - FUENTE: Archivo

Pienso que es un espacio muy bueno, conecto muchas cosas y hace sentir muchas emociones, además de que nos dan a entender como muchas veces podemos ver algo como normal, cuando es un problema, el material fue muy bueno, la interacción y los colores y lo que nos hablaron, nos llevan a vivir la experiencia como si fuera propia o estuviera pasando en ese instante, me pareció un espacio bueno y que de una forma diferente nos hace comprender cómo podemos mejorar y vivir sin caer en un problema como el alcoholismo.

Segundo usuario opinión



Durante el recorrido en el espacio interactivo empecé a familiarizarme en un entorno, en el cual hacia una breve descripción de que es el consumo de alcoholismo, cuando empezó la interacción me sentí dentro de un bar y parte de un ambiente libre. En el momento que avance ingrese a una habitación y empecé escuchar experiencias de familiares de alcohólicos y lo duro que les ha tocado. eso me hizo sentir triste e impotente, continúe y analice las imágenes las cuales me destruían, una imagen del gran problema que tenemos y lo vemos tan normal que ahora sé que causas y consecuencias me trae esto.

Resultado Aplicacion 360

¿A que tipo de usuario cres que esta dirigido el proyecto?

Jóvenes de 18 a 20 años

Mayores de edad

Jóvenes y adultos

¿Que beneficios cres que ofrece?

Informativo

Reflextivo

Psicologico

¿Te sientes parte del proyecto con solo ver la identidad ?

si 5

no 0

¿Que fue lo que mas le gusto?

la identidas y el entorno

la realidad virtual

el espacio sonoro

la interacion

¿el espacio sonoro fue de su agrado?

Informativo

Triste

real

Conmovedor

Al principio alegre y luego concientizador



Bleiton Chávez

Una experiencia muy bonita me sentí atraído por los colores, parecía una discoteca, me agrado mucho porque relata todas las facetas del alcoholismo y me sentí muy a gusto aprendiendo sobre el alcoholismo, lo que más me gusto fueron las animaciones que se interactúan con la aplicación, me parece que describe muy bien el alcoholismo.

Encuesta

Se aplica una Encuesta, para saber sobre la opinión de todos los asistentes a la aplicación de la experiencia CHAMBER, con el fin de saber cómo influencio, si les causo impacto y se informaron, si les agrado el entorno de todo lo aplicado.

Se hace una encuesta en Google Form, se comparte por link o por medio de un código QR, para el escaneo de la encuesta así sea interactivo y fácil de ingresar.

LINK: <https://forms.gle/izx8a4o8qafPjHdb6>



Encuesta

Resultados Encuesta

1. ¿a que tipo de usuario cree que esta dirigido el proyecto?

9,1% Adolescentes (12-18 años)

27,3% Juventud (14-26 años)

63,6% Apto para todo público

Valora del 1 al 5 cada uno de estos aspectos de la organización de la experiencia Chamber.

2.

Instalaciones del evento

4 (27,3%) Menor calificación

5 (72,7%) Mayor calificación

3.

Organización de la experiencia

4 (18,2%) Menor calificación

5 (81,8%) Mayor calificación

4.

Información recibida de la experiencia por medio de folletos interactivos

4 (36,4%) Menor calificación

5 (63,6%) Mayor calificación

5.

Información recibida de la experiencia por parte del ponente relator.

5 (100%) Mayor calificación

En la experiencia Chamber tuvimos a un "Borrachito"

6.

¿Cuándo apenas salió el borrachito, creía que real o actuado?

REAL

(81,8%) Mayor calificación

ACTUADO

(18,2%) Menor calificación

7.

¿ Cual fue la primera emoción que experimento al interactuar con el "borrachito"?

Miedo

(18,2%) Intermedio

Incomodidad

(63,6%) Mayor calificación

Alegria

Tristeza

(9,1%) Baja Calificación

Rara

(9,1%) Baja Calificación

8.

¿ Durante toda la experiencia Chamber la presencia de el "borrachito" te incomodo ?

ICOMODIDAD

9.

¿ Cual fue su opinión sobre el “borrachito” , cree que su participación se entendió en la experiencia chamber ?

Si se entendio

Si, ya que se vio claramente lo que significa estar bajo efectos del alcohol ya que hay personas que no toman y solo las va a incomodar con su insistencia en tomar.

Si, ya que muchas veces cuando nos emborrachamos no somos conscientes de lo que pueden sentir las personas que nos rodean y actuamos de malas maneras o de maneras incómodas e intensos para los demas.

Pues que hace mirar lo que puede causar el efecto del licor y hacernos razonar si quisiéramos hacer el ridículo estando en efecto del licor.

La verdad si se entendió porque en muchas ocasiones en las fiestas siempre pasa eso y pues es muy incómodo porque te sientes acosad@.

Si porque me sentí incomoda cuando llegaba a a decir que le de monedas o trago.

Si

Si se entendió y se puede observar como un “borrachito” en cualquier situación incomoda al no saberse controlar.

Excelente

Me parecio una buena participación.

Ahora hablemos de las ilustraciones

10. ¿Que significado le daría o como interpretaría usted a la siguiente ilustración?



Que nuestro cerebro bajo efectos del alcohol puede llegar a hacer cosas muy malas y como está dominado por el alcohol solo quedará arrepentirse después.

Que el alcohol está consumiendo su cerebro.

Podemos ver que el licor es el líquido verde el veneno que envenena nuestro cerebro y nuestro genio cambia solo por licor.

Pues me hace referencia a aue estamos dañando nuestro cuerpo con tanto alcoholismo y demas sustancias y es como si nuestro cerebro viviera de eso.

El alcoholismo se apodera de nuestro comportamiento.

El alcohol te daña la mente.

Cerebro alcoholizado.

El alcohol llega a la cabeza de las personas.

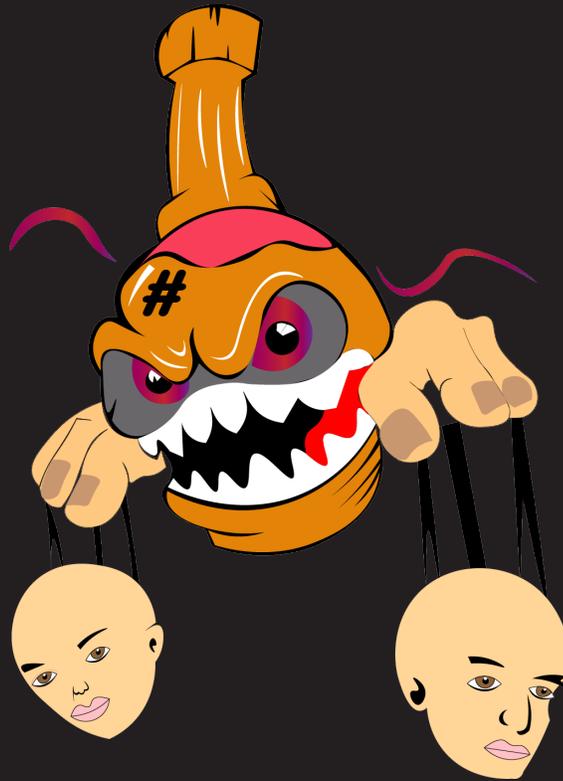
Cuando se abusa del alcohol es lo único en lo que piensan sin importarles nada, ni siquiera ellos mismos al estar dominados por esa sustancia.

Dañando neuronas por el efecto del alcohol.

Manipulación por parte alcohol.

11.

¿Que significado le daría o como interpretaría usted a la siguiente ilustración?



El alcohol básicamente domina a las personas.

El alcohol se convierte en nuestro dueño.

Que puede que el trago con el exceso termine dominandonos hasta hacernos olvidar de quienes somos en realidad.

Pues que muchas veces nos dejamos manipular por el alcohol y no de una buena forma.

El alcoholismo es una enfermedad que se apodera de nosotros, convirtiéndonos en dependientes.

El alcohol es el titerero de las personas.

La cerveza controla tu mente.

El alcohol domina a las personas.

El alcohol puede dominar a muchas personas y jugar con ellos al no saberlo controlar, y sólo hacerles daño.

Ya esta perdido del alcohol.

Manipulación

12.

¿ Que significado le daría o como interpretaría usted a la siguiente ilustración?

Una vez se haya probado el alcohol este mismo lo va a obligar a tomar así la persona ya no quiera,

El alcohol absorbe todas nuestras vidas, energías, sentimientos etc.

Que si caemos en ese mundo de tragos nos va a tener como esclavos y nos va a controlar.

Nos estamos matando nosotros mismo por vicios que no son buenos y no lo comprendemos.

El alcoholismo se roma nuestra esencia.

El alcohol simete a la persona.

El alcohol te hace hablar diferente.

El alcohol absorbe todo de las personas, llevandolas solo a caer en el mal.

El alcohol puede absorber todo de las personas, su vida, su familia, su alma, llevándolos sólo a decaer hasta tocar el fondo.

Con efectos del alcohol.

Exclavitud.



13. ¿ Cual de las ilustraciones le gusto mas y por que ?

Opción 1 (18,2%) Intermedio
Opción 2 (63,6%) Mayor calificación
Opción 3

14. ¿Qué le pareció la animación de las ilustraciones con la aplicación artivive?

5 (100%) Mayor calificación

15. ¿Cree usted que fue importante interactuar con las ilustraciones a través de la aplicación artivive?

SI (100%) Mayor calificación

16. ¿ Cree usted que las ilustraciones hubieran tenido el mismo impacto sin la animación de la aplicación artivive?

NO (81,8%) Mayor calificación
SI (18,2%) Menor calificación

17. ¿Para usted fueron impactantes las fotos exhibidas ?

NO (9,1%) Menor calificación
SI (90,9%) Mayor calificación

18.

¿Cuál fue la foto exhibida que mas le genero impacto y porque ?

La que un señor estaba muy llevado del alcohol y ya no tenía absolutamente nada solo dependía de el alcohol.

Todas las fotos generaron un fuerte impacto ya que representaban realidades difíciles.

La 3ra porque se veía que la cerveza controlaba a la persona.

La foto exhibida que mas me genero impacto fue la de un señor bebiendo con otro, me recuerda cuando mi papá era así y se la pasa cada 8 en las discotecas por eso me genero impacto.

La niña sentada en la esquina, con miedo y triste.

La 2 porque demuestra como el alcohol es quien domina a la gente.

La ilustración 2.

La persona dormida en la calle, representa muy bien a que puede llegar si domina el alcohol en nuestras vidas.

La foto de la niña, pues da mucha tristeza y se evidencia como el alcohol acaba con las familias.

Me gusto mucho de la animación que saca la lengua.

la realidad virtual.



Figura 145- FUENTE: Archivo

Ahora hablemos de la experiencia 360

19. ¿Qué tan agradable fue para usted el espacio donde se ejecuto la experiencia 360?

3 (9,1%) Menor calificación

4 (18,2%) Estable

5 (72,7%) Mayor calificación

20. ¿Qué tan agradable fue para usted la experiencia 360?

4 (18,2%) Menor calificación

5 (81,1%) Mayor calificación

21. ¿Qué tan interactiva considera usted que fue la experiencia 360 ?

3 (9,1%) Estable

4 (9,1%) Estable

5 (81,8%) Mayor calificación

22.

¿Pudo observar con éxito el recorrido de la experiencia 360?

NO (9,1%) Menor calificación

SI (90,9%) Mayor calificación

23.

¿Cuál de los 2 lugares principales le llamo mas la atención ?

Opción 1 (27,3%) Menor calificación

Opción 2 (72,7%) Mayor calificación

24.

¿Cuál fue la foto exhibida que mas le genero impacto y porque ?

Que el señor por estar bajo efectos del alcohol no se midió en sus acciones y pudo cometer algo muy malo y termino encerrado.

El hombre encarcelado.

... No estuve....

Me llamo la atención el hombre detrás de las rejas porque pareciera como si estuviera bajo las manos del alcohol y no pudiera salir de allí.

Cuando suena el audio del borrachito y mire al borracho encerrado eso me genero impacto.

La persona encarcelada.

La entrada.

Que podia sentirse como realmente genera incomodidad una persona alcoholizada.

Que si se comportaba y simulaba muy bien la incomoda situación con los borrachos.

Nose cuál no miré.

la persona.

25.

¿Qué fue lo mas le llamo la atención del siguiente espacio ?

Que todo está muy desordenado.

La frase.

Que había mucha creatividad y los grafittis estaban muy bien hechos.

El diseño de la habitación y su espacio sonoro, me gusto mucho la interacción de las imágenes, al final había un audio de jóvenes diciendo siente libre.

·
Todo.

Los tristes relatos por culpa del alcohol y los vicios.

Las historias que cuenta, conmueven muchas emociones.

Nose cuál no mire.

las fotos

Para finalizar evaluaremos la experiencia chamber

26.

¿En la experiencia chamber ¿ fue de su agrado contar con la cabina fotográfica?

SI

(100%) Mayor calificación

27. ¿Fue de su agrado las ilustraciones presentadas como mural en la cabina fotográfica?

SI (100%) Mayor calificación

28. ¿Qué experiencia tuvo de la cabina fotográfica ?

No me gusto (0)

Me gusto (18,2%) Estable

Me gusto y comparti mis fotos (81,8%) Mayor calificación

29. ¿Para usted la charla TOX por el ponente relator fue?

REFLEXIVA

30.

¿Qué reflexión o pensamiento tomo de la charla TOX?

Que este puede llegar a ser una enfermedad en casos muy extremos y lo mejor sería no probar y si ya se lo va a probar ser muy responsable en lo que va a hacer.

Que es como una enfermedad que se apodera y consume a la persona que hago esto.

Que es un vicio maligno para nuestro cuerpo y que mejor de andar gastando la plata así de esa manera es mejor gastarla con personas que uno quiere o familiares.

Que en exceso no es nada bueno, hay que saber tomar moderadamente.

Es una enfermedad incurable y crónica, puede traer causas y consecuencias muy graves. también que se puede controlar, si se tiene problemas buscar ayuda que uno no está solo.

Que es malo porque le genera enfermedades a la persona.

Es malo

Todo en exceso es malo, podemos disfrutar sin necesidad del alcohol o llegar a límites que nos perjudiquen y dañen nuestras vidas.

Es algo muy malo, no debemos dejarnos caer en excesos, podemos perder todo por pequeños supuestos momentos de felicidad o placer, es mejor medirse y poner unos límites.

Es muy malo para la salud.

Que se debe de tomar buenas decisiones.

SEGUNDO RESULTADO

Como segundo resultado se presenta la invitación de un padre de familia, para la aplicación de la experiencia CHAMBER a jóvenes de grado 10 y 11.

5:17



Señora Nuvia



Todo el video

8:29 p. m.

Buenas noches señorita karol

9:37 p. m.

Le habla la mamá de una de las niñas que asistió a su evento

9:38 p. m.

Mi hija me comentó sobre el evento me pareció muy interesante, le comenté a otras madres de familia y la representante de los padres de familia del curso

9:38 p. m.

Me comentaba que si sería posible que usted nos haga la charla para los demás estudiantes del curso, ya que mi hija me comentó es muy llamativo y les sirvió mucho.

9:39 p. m.

Y como ellos son jóvenes es una buena forma de que nos puedan escuchar Quedo pendiente de su confirmación, para cuadrar todo, muchas gracias.

9:39 p. m.

Figura 146- FUENTE: Archivo



Explicación de resultado

Como podemos observar en los resultados, nos podemos dar cuenta que la aplicación de experiencia Chamber fue muy factible ya que aprendieron, se informaron e interactuaron de forma muy empática. Les agrado demasiado las interacciones con las ilustraciones plateadas del artevive, de igual forma las imágenes la cabina fotográfica. La realidad virtual 360 fue acogida con gran interés, ya que es primera vez que ellos interactuaban por medio de gafas y con toda la información planteada. La charla TOX fue un complemento específico, para comprender todas las causas y consecuencias del alcoholismo, todo con el fin de hacerlos sentir parte del proyecto e informándose.

Validación

A continuación se encuentran las certificaciones obtenidas como ponente en el desarrollo del proyecto de investigación; donde se dio a conocer el planteamiento del problema relacionado al alcoholismo que presentan los jóvenes y su falta de información, para la redacción de la justificación, objetivos y problema el diseño fue obtenido de los estudiantes de grado 10° de la Institución Educativa ITSIN a los cuales se les aplicó entrevista para la recolección de información de entrevistas, con la obtención de los resultados la investigación se fortaleció cuando se participó con las ponencias en el encuentro de semilleros de investigación 2020, también en el II encuentro de semilleros RAD y en el IV Encuentro Zonal de Semilleros de investigación UNAD.



Figura 147 - FUENTE: Archivo



Figura 148 - FUENTE: Archivo



Figura 149 - FUENTE: Archivo

CONCLUSIONES

Con este proyecto se abrió la posibilidad desde un espacio sonoro, exposición de fotografía e identidad corporativa referente al consumo del alcoholismo, que por medio de esta experiencia se pudo ver que no solo se impactó al público objetivo sino a otros públicos que comparten características. Ya que al momento de compartir con ellos se pudo de alguna manera recontextualizar el proyecto y con una visión de expandirlo como referente de futuros estudios, teniendo en cuenta que por los medios actualmente existentes se puede llegar a lugares más allá de la región, compartiendo la base de este proyecto que fue el Diseño social e innovador, diseño emocional, la historia y la empatía de psicólogos y personas pertenecientes a alcohólicos anónimos. Siendo así el desarrollo de reconocimiento sobre causas y consecuencias del alcoholismo, con esta experiencia educativa se desea sensibilizar diversas emociones.

Informarme de la historia de vida de Luis Gerardo e investigar a fondo todo los daños colaterales que trae el consumir alcohol y que es en realidad alcoholismo, fue de manera muy interesante, para poder ofrecer la información clara e entendible para los usuarios.

El estudio de comportamientos y actitudes de nuestros jóvenes, permitieron desarrollar un ambiente claro y agradable para ellos, sin embargo, se plantió varios prototipos para llegar a obtener un resultado final y funcional para la aplicación de la experiencia.

Un proyecto informativo que comparte diversas formas de información acerca del alcoholismo, fue muy satisfactorio la acogida que se obtuvo en la aplicación por parte de los usuarios, se sintieron parte de un proyecto interactuaron se conmovieron y aprendieron.

Al obtener los resultados nos dimos cuenta, que aparte de los usuarios principales, el proyecto despierta interés a públicos de todas las edades, líderes de acción comunal, líderes de padres de familia en colegios entre otros, ya que este proyecto ofrece información de una problemática social y llama la atención la forma en como se lo aplica.

Bibliografía

- Agreda, E. (2004). Guía de Investigación cualitativa. Pasto: IU CESMAG.
- alcoholismo, E. r. (2008). Alcohólicos Anónimos. New York: AA.
- Alet, J. (2007). Marketing directo e interactivo. Madrid: Asic. es.
- Anónimos, A. (1995). La próxima frontera. Nueva York: Word Service.
- Anónimos, N. (1995.). Guía para trabajar los pasos de Alcohólicos. Washington,: Word Service.
- Bartolomé Pina, A. R. (1994). Multimedia interactivo y sus posibilidades en educación superior. Revista de Medios y Educación, 1- 2.
- Beltran, A. (1 de septiembre de 2020). Facebook . Obtenido de Facebook : <https://www.facebook.com/digraficounicesmag/videos/614312672601507>
- Betancourth- Zambrano S, T.-B. L.-P. (2017). Consumo de alcohol en estudiantes universitarios. Sección de artículos originales, 38 - 39.
- Bobth, B. y. (1937). Alcohólicos Anónimos.
- BOBTH, B. Y. (1992). Alcohólicos Anónimos. Doce pasos. Doce tradiciones. California.
- Bredies, K. C. (2010). Addressing use as design: a comparison of.

Bruno, M. (1972). *Diseño y Comunicación Social*. Barcelona: Gustavo Gili, SA.

Cárdenas Ana María, G. D. (2008). *Estrategias de comunicación*. Bogotá.

Casillas, L. P. (27 de Febrero de 2017). Valor emocional en los productos. Obtenido de Valor emocional en los productos. : <https://medium.com/@lu-ceropinedocasillas/valor-emocional-en-los-productos-4f2572813e0a>

Castro Del Valle, C. (1999). LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL DESDE LOS TEMAS TRANSVERSALES. TENDENCIAS ACTUALES. Obtenido de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/8069/LYT_13_1999_art_8.pdf

Cataño, M. A. (2017). *Diseño para la innovación social*. Bogotá: Univercidad Nacional.

Cerezo, P. (2006). Los auténticos nativos digitales: ¿estamos preparados para la Generación Z. *Revista de Estudios de Juventud*, págs. 95-109.

Copello, M. B. (2001). El esquema como estrategia de. *HUELLAS...Búsquedas en Artes y Diseño*, 155.

Coral Fernando, V. A. (Diciembre de 2001). Efectos y Defectos del alcohol [Grabado por C. d. Cultura]. Pasto, Pasto, Colombia: Fiestas SaludablesAlcaldia de Pasto .

Cortázar, L. O. (2014). *Gestion de marca*. Bogotá: Politecnico Gran Colombia .

Costa, J. (2004). *La imagen de la marca: un fenómeno socieal* . Madrid: Ediciones Paidós Ibérca S.A.

Crossley, L. (28 de abril de 2015). “Building emotions in design” . *An International Journal for All Aspects of Design*, 35-45. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/146069203789355264>

Daniel Innerarity, A. G. (2009). ¿Cómo es una sociedad? *Europea: innobasques*.

Domansk, D. (2016.). *Innovación Social en Latinoamérica*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de.

Escobar, R. (1992.). *El crimen de la droga*. Buenos Aires: universidad.

philip, K. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Prentice Hall.

Fontcuberta, J. (2002). *El beso de Judas. Fotografía y verdad*. BARCELONA: Gustavo Gili.

Fuentes, D. J. (2016). ‘Jóvenes y alcohol’ Conferencia con los Dres. Fuentes y Linazasoro en el Ayuntamiento de San Sebastián. *AERGI Asociación de Alcohólicos*. Antxota Kalea, 1, 1º.

Giddens, A. (1991). *Sociología*. Alianza .

Giddens, A. (1991). *Sociología*. Alianza Editorial.

Giorgeti, A. (1077). *La adolescencia*.

González-Valerio, B. G. (31 de julio de 2018). La fotografía documental y la utopía . *innovacionumh*. Obtenido de <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/251>

HAWES, K. (1986). Comment of Information Technology: Tool and Teacher. *Educational Researcher*, 15, 2. 24.

Hidalgo. (2014). *EL ALCOHOLISMO EN LA ADOLESCENCIA*. Cuenca- Ecuador: Univercidad.

- Hidalgo, M. R. (2014). El alcoholismo en la adolescencia. CUENCA-ECUADOR.
- Industrial, T. (2005). HISTORIA DEL ITSIM. Obtenido de HISTORIA DEL ITSIM: <http://itsimysusmodalidades.weebly.com/historia.html>
- Juan José Nieto, E. H. (1814). Derechos y deberes del hombre en sociedad. Estudios Sociales, 12,13,14.
- Kinnon, J. (1953). Narcóticos Anónimos.
- Kunin, J. (2008). Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones. Revista Argentina de Sociología, 288.
- Levis, D. (1997/2006). ¿Qué es la realidad virtual? argentina : Copyright.
- Lucca1, S. D. (2011). El comportamiento actual de la Generación Z en tanto futura generación que ingresará al mundo académico. Proyectos de Exploración de la Agenda Profesional, 23-26.
- Margolin, S. M. (2012). Un “modelo social” . Chicago: Governor’s State University.
- Margolin, V. (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de práctica e. Revista KEPES, Año 9 No. 8, 61-72.
- Márquez Landy, C. V. (2015). EL ALCOHOLISMO Y SU INFLUENCIA EN LA. Guayaquil-Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Martínez, H. R. (08 de 06 de 2019). Diseño social: Tendencias, enfoques y campos de acción. ARQUETIPO .
- Mauad*, A. M. (2005). FOTOGRAFÍA E HISTORIA, INTERFACES. lourdes.: AGUAYO.
- Minsalud. (mayo de 2014). Obtenido de Minsalud: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/SMental/Paginas/salud-mental-y-convivencia-social.aspx>
- Morales G, D. V. (2011). Prevalencia de consumo de drogas en estudiantes universitarios que cursan primer y cuarto año. Revista de Medicina de Chile, 39-73.
- Mraz, J. (septiembre-diciembre de 2007). ¿Fotohistoria o historia gráfica?. El pasado mexicano en fotografía. Cuicuilco, 14, 11-41. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/351/35112370002.pdf>
- Munari, B. (1972). Diseño y comunicación visual . Barcelona .
- Murillo, D. y. (2018).
- Nicolás, O. E. (2016). Los auténticos nativos digitales: ¿estamos preparados para la Generación Z. Revista de Estudios de Juventud, 111-126.
- Norman, D. (2004). Diseño Emocional . New York: Basic Books.
- Norman, D. (2005). El Diseño Emocional. Barcelona: Ed. Paidós.
- Obando, P. U. (23 de febrero de 2015). alcoholismoenpasto. Obtenido de alcoholismoenpasto: <http://alcoholismoenpasto.blogspot.com/>
- OMS. (2012). Alcohol. Pasto.
- OMS. (25 de mayo de 2005). Estrategia mundial para reducir el alcoholismo. Organización mundial de la salud.

Robert North, R. O. (1995). El alcoholismo en la juventud. Árbol editorial .

Ruiz, A. L. (Jul.Dic. de 2015). El poder vinculante del sonido. La construcción de la identidad y la diferencia en el espacio sonoro. Scielo, vol.25 no.50, 3-14. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-70172015000200008&script=sci_arttext

Sampieri, R. H. (1014). Metodología de Investigación. Mcgraw-Hill.

Sánchez, M. d. (2001). La Imagen de Empresa como Factor Determinante. santander.

Schafer, R. M. (1992). Cuestiones fundamentales de sociología. Buenos Aires : Ricordi Americana.

Senar(1), D. (. (2017). EL DISEÑO SOCIAL EN PERSPECTIVA. Hábitat Inclusivo.

Shavelson, R. Y. (1985). Information Technology:Tool and. Educational Researcher, 14, 5. 4.

Ukstankanis, S. y. (1993). El espejismo de silicio. Arte y ciencia de la realidad virtual. Barcelona: Barcelona.

Wong, W. (1991). Fundamentos del diseño bi y tri dimensional. Barcelona: Gustavo Gill, S. A. Barcelona.

Yépez M, G. N. (2001). Caracterización de consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes de la universidad de nariño sede Pasto. revista unovercidad y salud, 39.



UNIVERSIDAD
CESMAG
NIT: 800.109.387-7
VICELATA INNOVACIÓN

**CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O
TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)**

CÓDIGO: AAC-BL-FR-032

VERSIÓN: 1

FECHA: 09/JUN/2022

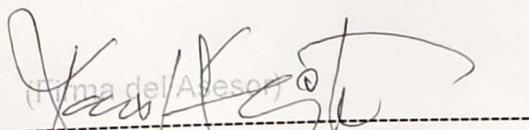
San Juan de Pasto, 07 / 09/ 2022

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado Diseño una estrategia educativa, que permita dar a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo a partir del diseño social para sensibilizar a los jóvenes de grado 10 en el Instituto Técnico Industrial "ITSIM" en San Juan de Pasto, presentado por el autor Karol Dayana Botina Calpa del Programa Académico Diseño Gráfico al correo electrónico trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,



NOMBRE Y APELLIDOS DEL ASESOR(A): Karol Viviana Suarez Solarte

Número de documento: 59827652
Programa: Diseño Grafico
Contactos: 31131955331

Correo electrónico:"karolsuarez1202@gmail.com"



INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: <i>Isarol Dayana Botina Calpa</i>	Documento de identidad: <i>1.004.133-942</i>
Correo electrónico: <i>BotinaKarol21@gmail.com</i>	Número de contacto: <i>317 277 5568</i>
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Título del trabajo de grado: <i>Diseño de una estrategia educativa que permite dar a conocer los daños colaterales causados por el alcoholismo a partir del diseño social, para sensibilizar a los jóvenes de grado 10 en el instituto técnico Industrial ITSIW en San Juan de Pasto.</i>	
Facultad y Programa Académico: <i>Arquitectura y Bellas artes programa de Diseño Gráfico</i>	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.



- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permito(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 08 días del mes de 08 del año 2022

Firma de <u>Karol Botina</u> Nombre del autor:	Firma de <u>Karol Botina</u> Nombre del autor:
Firma de <u>Karol Botina</u> Nombre del autor:	Firma de <u>Karol Botina</u> Nombre del autor:
<u>Karol Sánchez</u> Nombre del asesor:	