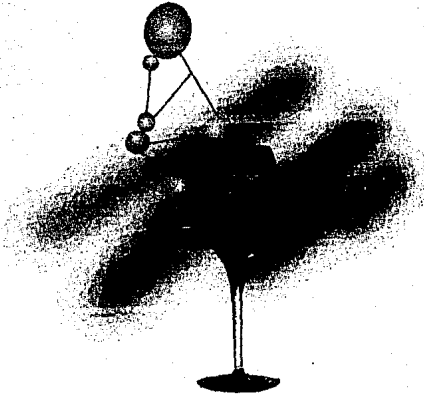


304431

UNIVERSIDAD  
SIMON  
BOLIVAR



2  
23



*Apoyo Gráfico al Programa Consumo Responsable  
de Bebidas Alcohólicas en  
Escuelas de Educación Media Superior*

María Elena Avila Urbina . Gerardo Antonio Márquez Lemus

México D.F., noviembre de 1993

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> . . . . .	1
<b>CAPÍTULO 1 Plan de Trabajo</b>	
1.1 Introducción al Plan de Trabajo . . . . .	4
1.2 Propósito de la Investigación. . . . .	6
1.3 Objetivo . . . . .	7
1.4 Desarrollo Metodológico. . . . .	8
1.4.1 Esquema de Trabajo Preliminar . . . . .	8
1.4.2 Hipótesis Inicial . . . . .	8
1.4.3 Desarrollo de la Investigación . . . . .	9
1.4.4 Fuentes de Información . . . . .	9
1.4.5 Presentación final . . . . .	10
1.5 Justificación del Problema . . . . .	11
<b>CAPÍTULO 2 El Alcohol</b>	
2.1 Antecedentes. . . . .	13
2.2 Definición . . . . .	14
2.3 Alcoholismo . . . . .	17
2.4 Consumo Responsable de Alcohol. . . . .	18
2.4.1 Clasificación de Consumidores de Alcohol. . . . .	19
<b>CAPÍTULO 3 Aplicaciones Gráficas</b>	
3.1 Desarrollo Teórico de las Aplicaciones Utilizadas . . . . .	22
3.2 Soporte (elección del elemento físico a trabajar) . . . . .	24
3.3 La Forma y el Tamaño . . . . .	25
3.4 El Color. . . . .	26

3.5 Tipografía . . . . .	32
3.6 Reticulas . . . . .	29
<b>CAPÍTULO 4 Consumo responsable de alcohol</b>	
4.1 ¿Qué es el Programa Consumo Responsable de Alcohol? . . . . .	41
<b>CAPÍTULO 5 Taller de autocontrol</b>	
5.1 Desarrollo del Taller . . . . .	49
<b>CAPÍTULO 6 Exposición del material gráfico</b>	
6.1 Diapositivas que apoyaron la plática . . . . .	64
6.2 Tríptico . . . . .	72
6.3 Cartel . . . . .	74
6.4 Justificación de las Aplicaciones Gráficas. . . . .	75
<b>CONCLUSIÓN . . . . .</b>	<b>77</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA . . . . .</b>	<b>78</b>

# Introducción

El diseño gráfico es comunicación, es la herramienta para transmitir por medio de la imagen aquello que queremos expresar, el diseño es color, forma y creatividad.

Su labor es multidisciplinaria, debido a esto, el desarrollo de nuestro trabajo ocupó un lugar muy importante en el área social.

El apoyo realizado para el proyecto inicialmente titulado "Consumo responsable de alcohol en escuelas de Educación Media Superior" más tarde, por razones ajenas a nosotros, renombrado "*Taller de Autocontrol*", necesitaba la intervención de un apoyo gráfico; de material que lograra atraer más la atención del joven hacia las pláticas dadas por los especialistas en esta área. Nos fuimos involucrando en el proyecto al asistir a las sesiones impartidas por este grupo de psicólogos y resolvimos crear *transparencias* que apoyaran las ideas expresadas por ellos, se decidió hacer un *tríplico* en donde el alumno llevara un resumen de lo más importante de la sesión y que en la institución donde se diera el taller se conservara un *cartel* que recordara al alumno lo expuesto en esta plática.

Fue interesante la manera en que se llegó a la resolución de este proyecto, ya que fuimos viendo la aceptación del material gráfico y ésta fue positiva en la mayoría de las veces, aunque se dieron algunos cambios hasta llegar a definir por completo este material de apoyo.

Para el desarrollo de este material contamos con la ayuda de la Psicóloga Leticia Echeverría encargada del proyecto, con quien asistimos a las pláticas para irnos involucrando en el tema. Descubrimos así, la importancia de la realización de este material y la gran utilidad que tendría para

enriquecer las pláticas, es por ello que decidimos realizar este trabajo, como una forma de diseño gráfico aplicado a un objetivo específico.

En el presente trabajo hablamos de manera muy breve de lo que es el alcohol y las consecuencias que éste trae al organismo, mencionamos lo que es el programa "*Consumo responsable de alcohol*" y cómo pasó a ser el "**Taller de Autocontrol**".

Planteamos varias definiciones acerca del material realizado: ¿qué es un tríptico?, ¿qué es un cartel?, etc., hablamos de conceptos de color, tipografía y retículas, considerando ésta la parte teórica de nuestro trabajo. Finalmente, se muestran las aplicaciones gráficas con su respectiva justificación.

# *Capítulo*



**1**

# Plan de Trabajo

## 1.1 Introducción al plan de trabajo

El alcoholismo es un problema a nivel mundial que ataca a todas las clases sociales sin distinción; debido a que al igual que el tabaquismo es una de las drogas permitidas en nuestro país, y se le da apoyo para llevar a cabo su venta por medio de la publicidad.

Este problema causa trastornos tanto físicos como emocionales e incluso puede llevar al individuo a la muerte.

Debido a las grandes repercusiones que tiene el consumo excesivo de las bebidas alcohólicas en el organismo, se ha creado este proyecto que tiene como fin orientar a los jóvenes de entre doce y quince años, a buscar actividades motivantes y a saber tomar decisiones adecuadas para no caer en el abuso del alcohol principalmente o de alguna otra droga que sea perjudicial en su futuro.

El programa se enfoca a jóvenes de

dicha edad ya que en la adolescencia el ser humano siente la curiosidad de probar, experimentar, encontrar nuevas sensaciones. Es por esto que ésta es la etapa en donde deben presentársele al joven opciones e información adecuada para que no lleguen a caer en la enfermedad conocida como alcoholismo.

El interés por apoyar este proyecto es para que se puedan llevar a cabo con mayor claridad y de igual manera se pretende despertar un mayor interés en los jóvenes. Por medio del *apoyo gráfico* lograremos ilustrar las pláticas para hacerlas más comprensibles, ya que el manejo visual por medio de colores, caricaturas y diapositivas hará más atractiva la presentación de las pláticas.

Debido a las malas condiciones económicas del país y a que el proyecto está contemplado para llevarse a cabo en escuelas tanto



del sector público como privado, no se pudo pensar en la elaboración de un proyecto costoso ya que muchas de ellas sólo cuentan con un proyector de diapositivas o ni siquiera tal, es por eso que la institución encargada del proyecto se limitó al uso de un sólo proyector; que ellos mismos administrarán.

En México este tipo de programas aún no se ha impartido en ninguna institución educativa. Como se mencionaba anteriormente, las secundarias oficiales (no cuentan con los suficientes recursos económicos) para llevar a cabo este tipo de proyecto es por esto que con el apoyo de la Fundación de Investigaciones Sociales A. C. hemos decidido llevar a cabo este trabajo.

Para la solución teórica de este proyecto desarrollamos un estudio crítico del método (metodología), utilizando el método científico, para obtener conocimientos comprobables.

## ***1.2 Propósito de la investigación***

El consumo de bebidas alcohólicas por los adolescentes, es un tema que, independientemente del tratamiento melodramático que a veces recibe, exige un análisis severo si se desea sacar del mismo conclusiones positivas que conduzcan a centrar debidamente el problema y a proporcionar pautas de conducta a los jóvenes para que sean algo más que buenas intenciones.

Investigando en centros de prevención de Drogas del sector Salud observamos con tristeza que la mayoría del material de prevención está elaborado por gente con poca experiencia en el campo y que no tienen los conocimientos suficientes para la elaboración de material gráfico.

Observamos que la mayoría de los carteles y folletos con que cuentan tratan de prohibir la ingestión de alcohol, pero desgracia-

damente un adolescente actúa la mayoría de las veces con cierta rebeldía y mientras más se le niegue algo, más intentará obtenerlo.

La nueva propuesta en este proyecto es que el adolescente aprenda a ser asertivo en sus decisiones y que conozca los beneficios y perjuicios que trae consigo el consumo del alcohol de esta forma aprenderá a tomar decisiones, correctas actuando siempre con responsabilidad.

### 1.3 Objetivo

Crear material gráfico que apoye al programa titulado inicialmente "Consumo responsable de alcohol", hoy llamado "Taller de autocontrol". La finalidad de este material es motivar al receptor por medio de imágenes que se han diseñado especialmente para jóvenes de 12 a 15 años creando un juego visual de tipografía, espacios, caricaturas, color uniforme en las figuras y degradado en los fondos, formas que guardan un espacio similar con relación al fondo. Justificando cada una de las transparencias con lo que se dice en la plática, el folleto a su vez está justificado con lo aprendido en la plática y el cartel pretende despertar interés en el espectador por aprender a tomar decisiones y reafirmar lo expuesto en la plática.

Concretamente se realizaron: •29 láminas en técnica mixta para igual número de transparencias; •Un cartel con el slogan "La de-

sición es tuya", que se imprimira en selección de color y; •Un Tríptico impreso en blanco y negro debido a la escasez de recursos económicos.

## **1.4 Desarrollo metodológico**

### **1.4.1 Esquema de trabajo preliminar**

Las necesidades nos fueron planteadas en una entrevista con la representante de la fundación de Investigaciones sociales A. C, quien nos habló del proyecto titulado inicialmente *Consumo responsable de bebidas alcoholicas*, y más tarde renombrado *Taller de auto-control*, el cual consiste en dar opciones positivas a jóvenes entre doce y quince años respecto al manejo del etanol (alcohol etílico, presente en las bebidas alcoholicas) en su vida, tanto social como personal.

Para este fin se lleva a cabo una plática en escuelas de nivel medio, por lo tanto la representante de la fundación, psicóloga Leticia Echeverría, nos propuso la elaboración de un cartel, tríptico e imágenes que apoyaran a la misma.

Se nos invitó a la plática impartida en el Colegio Madrid, a otra realizada en una telesecundaria, en donde nos enteramos de su contenido y observamos el material gráfico empleado.

Sugerimos que lo más adecuado era presentar diapositivas de apoyo a la plática, y que el tríptico y cartel funcionarían a manera de recordatorio de lo expuesto.

### **1.4.2 Hipótesis inicial**

#### **Evaluación diagnóstica de los procedimientos anteriores**

En la plática de observación llevada a cabo en una Telesecundaria se empleó el uso de rotafolio elaborado por la misma per-

sona que la impartía, psicólogo del proyecto, quien no daba la importancia necesaria al gráfico utilizado, además el uso del rotafolio presenta problemas como, demasiado tiempo al cambiar de lamina, distracción del receptor en dichos cambios y no es resistente el material para utilizarlo repetidamente.

### **1.4.3 Desarrollo de la investigación**

#### **Primera hipótesis del trabajo**

De acuerdo a lo anterior resolvimos conjuntamente con la Fundación de Investigaciones Sociales A. C., tres medios gráficos, diaporama, tríptico y cartel, que cubrían sus necesidades.

Las transparencias que sustituirán

el uso del rotafolio, el tríptico y el cartel se realizarían como una aportación para recordar al receptor lo expuesto en las pláticas.

Para ilustrar estos medios decidimos que lo más adecuado era emplear personajes caricaturizados con edades similares a los receptores y con características socioeconómicas generales dentro de un entorno real, esta forma de presentar a los personajes psicológicamente causan en el receptor un estado positivo por la amabilidad en sus rostros creando una mayor identificación con el personaje.

Al generalizar las ilustraciones en las tres aplicaciones logramos una secuencia gráfica y por tanto una identificación al programa (Taller de Autocontrol).

#### 1.4.4 Fuentes de información

Se desarrollo una prueba piloto conteniendo los elementos de la hipótesis inicial a un grupo de educación media que es la población a considerar.

#### Evaluación de la prueba piloto

Se evaluó el resultado de la prueba y encontramos que el material inicial se supera; en **calidad**, porque como diseñadores gráficos conocemos el uso de las técnicas y la psicología de la imagen en sus diferentes aplicaciones; en **tiempo**, porque el uso del rotafolio se presta a alargar el tiempo de la plática, en cambio el uso de diapositivas nos permiten organizar el tiempo y delimitarlo; en **cantidad**, porque se substituye el uso del rotafolio, y se agregan dos aplica-

ciones gráficas más; en **costo** porque anteriormente la fundación elaboraba su rotafolio y al desarrollar nosotros este proyecto se le entregaron dos juegos de diapositivas y originales de cartel y tríptico para que ellos sólo inviertan en su impresión.

#### 1.4.5 Presentación final

Una vez terminado el material gráfico se expuso ante el representante de la Fundación de Investigaciones Sociales A. C., quién después de haber comprobado los resultados mediante cuestionarios aplicados al finalizar la plática dió su aprobación para la utilización del material gráfico propuesto.

## **1.5 Justificación del problema**

Debido a que en México hay un porcentaje muy elevado de población alcohólica, —gente que abandona muchas de sus actividades por caer en el consumo constante del alcohol—, consideramos que este programa ayudará a la población joven a tomar decisiones a tiempo, pues se les dará a conocer los beneficios y perjuicios que ocasiona el consumir esta bebida. De modo que ellos elegirán qué es lo más adecuado. Es necesario llevar estas pláticas a cabo pues en México sólo existe una institución que se dedica a atender el problema del alcoholismo, hablamos de (AA) la cual atiende el problema cuando éste ya es una enfermedad pero no se encarga de prevenirlo.

Por lo anterior, como diseñadores gráficos y con la ayuda de psicólogos especializados creamos personajes que aparecerán en

toda la campaña gráfica con los cuales los jóvenes se sentirán identificados.

Para la elaboración de este material usamos un juego visual de colores, textura y tipografía.

# *Capítulo*





# El alcohol

## 2.1 Antecedentes

Todo hace pensar que el Hombre ha ingerido bebidas con contenido alcohólico desde que se desarrolló la civilización más antigua. Hay testimonios escritos sobre el conocimiento que tenían los egipcios, los antiguos hebreos, los griegos y los romanos acerca del vino y otras bebidas así como de sus efectos sobre el organismo humano. Estas culturas incluso crearon dioses del vino como Osiris, Dionisios, Baco, o nuestra diosa Octli.

A través de los siglos se han considerado las bebidas con contenido alcohólico como... "alimento, medicina o veneno"<sup>1</sup> Mientras que su consumo moderado puede resultar como paliativo a una variada gama de trastornos.

Para Platón, el vino era un arma contra la vejez, que renueva la juventud y ayuda

a olvidar. No obstante ya señalaba los riesgos de la intoxicación alcohólica y aconsejaba su prohibición a los menores.

El gran médico Hipócrates habló de los efectos benéficos de las bebidas alcohólicas cuando éstas se ingerían en su justa medida, y el árabe Avicena refirió su efecto restaurador de la energía cuando el hombre se siente agotado o deprimido.

Los médicos han insistido a lo largo de la historia, en que lo nocivo de las bebidas con contenido alcohólico es cuestión de cantidad. Para la población en general, la ingesta de pequeñas dosis, preferiblemente acompañando a las comidas, representa un complemento adecuado.

<sup>1</sup> Velasco... Las bebidas alcohólicas y la salud. p. 49.

## 2.2 Definición

Pero veamos que es el ALCOHOL.

**El alcohol puro o etanol**, es la sustancia contenida en todas las bebidas alcohólicas. Es el único alcohol que puede ser ingerido por los humanos. Otros alcoholes como el metílico, propílico, butílico son extremadamente tóxicos. La concentración de etanol en una bebida indica la relación entre el volumen total de líquido y la cantidad de alcohol puro que contiene. Obviamente esta concentración varía según el tipo de preparación.

Las bebidas alcohólicas *se dividen* según su preparación en dos grandes grupos:

- **Las fermentadas** son las más antiguas y son producto de un proceso natural que se llama fermentación (transformación de los azúcares del mosto de la fruta en alcohol, por acción de las levaduras).

- **Las destiladas** son producto de vaporización de los componentes volátiles del vino para eliminar el agua y obtener un líquido de mayor contenido alcohólico. El contenido de etanol o alcohol puro en los destilados varía entre el 35 y el 55%, mientras que en los fermentados fluctúa entre el 4 y el 19%.

Quando las personas escuchan la palabra "droga" suelen pensar en las medicinas prescritas por los médicos, o en aquellas sustancias cuya venta y posesión está controlada por la ley. Una droga, sin embargo, es cualquier sustancia que afecta la conducta de las personas y el funcionamiento de su organismo. Por lo tanto para la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, el alcohol se clasifica como una droga.<sup>2</sup>

Como comentamos en un principio las bebidas alcohólicas consumidas en exceso

<sup>2</sup> Bagnall... Alcohol education research and practice. p. 10.

dañan muchos órganos de nuestro cuerpo ya que el alcohol entra al organismo por la boca y llega al estómago, en donde es diluido por los jugos gástricos, pasando al intestino delgado y de ahí a la sangre hasta llegar a cada tejido y célula del organismo. El cerebro en particular es muy sensible a la acción del alcohol, aproximadamente 30 segundos después de haber ingerido el contenido de una copa, se empieza a sentir el efecto en varias de las funciones normales del cerebro: el juicio, el razonamiento y el control muscular. Aproximadamente, un 10% del alcohol que se introduce en el organismo, se elimina a través de la piel (sudoración), los pulmones (aliento) y los riñones (orina) mientras que el 90% restante es oxidado en el hígado. Este proceso, llamado metabolismo, que se realiza en 1 hora aproximadamente, produce calor y energía por la combinación del alcohol

con el oxígeno; el compuesto resultante se convierte finalmente en agua y bióxido de carbono.

Cuando se consume alcohol a mayor velocidad de la que el cuerpo requiere para oxidarlo, se acumula y se produce la intoxicación.

Los problemas más graves surgen cuando el beber excesivamente y la intoxicación se convierten en un hábito que se prolonga haciéndose crónico. Esto lleva al bebedor a sufrir daños físicos en su organismo como desnutrición, úlceras, gastritis, irritación, cirrosis, hígado graso, hepatitis alcohólica, pancreatitis aguda, cardiopatías, anemias. A nivel del Sistema Nervioso Central se puede presentar el delirium tremens, alucinosis alcohólica, síndrome de Korsakoff.

### **Síndrome de Korsakoff.-**

Se presenta cuando un individuo bebe en exceso, causando deficiencias nutricionales. En el metabolismo, principalmente hay deficiencia de vitamina B, lo cual hace que se presente pérdida de la memoria o amnesia. Dura semanas o hasta meses.

Para Keller es un síndrome crónico que está asociado al cerebro. Se da en bebedores excesivos y presenta amnesia y desorientación.<sup>3</sup>

Los recién nacidos cuyas madres han consumido alcohol en forma excesiva durante el embarazo presentan bajo peso al nacer, deficiencias nutricionales, retardo en su desarrollo psicobiológico y mental.

Además los bebedores crónicos

empiezan a sufrir trastornos emocionales directamente ligados a la acción del alcohol, problemas en sus relaciones interpersonales (familia, amistades y sociedad) y en los aspectos económicos, en su trabajo. Hasta llegar a presentar la enfermedad conocida como alcoholismo.

<sup>3</sup> Keller... A dictionary of words about alcohol p. 154 y 155.

## 2.3 Alcoholismo

Se entiende por *enfermedad* a la alteración más o menos grave de la salud, a la perturbación del estado fisiológico de un organismo considerado desde su agente productor hasta sus consecuencias finales.

El alcoholismo, sin duda, es una enfermedad ya que perturba el estado fisiológico del organismo, que se presenta cuando un individuo consume constantemente alcohol, trayendo consigo problemas laborales, y sociales.

Para el doctor Keller (1958), *“el alcoholismo es una enfermedad crónica, un desorden de la conducta caracterizado por la ingestión repetida de bebidas alcohólicas, hasta el punto que excede a lo socialmente aceptado y que interfiere con la salud del bebedor, así como con sus relaciones interpersonales o con su capacidad para el trabajo”*<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Velasco... Salud mental, enfermedad mental y alcoholismo p. 48.

## 2.4 Consumo Responsable

Desde el punto de vista de los profesionales de la salud, es necesario llamar la atención de la sociedad sobre los efectos nocivos —y con frecuencia letales— del alcoholismo.

Pero esta misma responsabilidad obliga también a reclamar a la sociedad una acción severa y conjunta, dirigida a promover un consumo basado en criterios de moderación y de responsabilidad al ingerir bebidas alcohólicas.

Pero ¿qué significa beber responsablemente? En el sentido más amplio el doctor Chafetz señala: "... el de ingerir o no bebidas alcohólicas es propiamente una decisión privada y personal que tiene que tomar cada individuo. Sin embargo, si la elección es por consumir el alcohol se asume la responsabilidad de no destruirse a sí mismo o a los demás"<sup>5</sup>

Existen ciertas reglas que permiten

con seguridad evitar el estado de ebriedad y sus consecuencias. Tales normas o reglas son:

- Conocer el límite de cada individuo, (su peso y talla).
- Comer mientras se bebe, (presencia de alimento en el estómago).
- No tomar rápidamente, (reducir la velocidad de ingestión de las bebidas).
- Aceptar la invitación a tomar sólo cuando se desee.
- Conocer la concentración de alcohol en las distintas bebidas.
- Evitar las bebidas con dióxido de carbono.
- Evitar la bebida si se sabe que se va a manejar.
- Conocer el estado emocional personal antes de beber.

<sup>5</sup> Chafetz... Uso y abuso del alcohol p. 19.

- No tomar para relajarse o tranquilizarse.

#### **2.4.1 Clasificación de consumidores de alcohol**

De acuerdo a la manera de beber podemos definir cuatro grupos de personas.

*ABSTEMIO:* Personas que no beben o que beben menos de cinco copas en un mes. La población femenina mexicana se encuentra en su mayoría dentro de este grupo.

*BEBEDOR MODERADO:* Personas que beben en forma responsable, en forma ocasional por el sabor de la bebida y acompañado de alimentos o por la compañía de otras personas.

*BEBEDOR EXCESIVO:* Personas que beben más de cinco copas por ocasión de consumo, y esto lo hacen en promedio más de cuatro veces por mes. Personas que no les importa el sabor de la bebida, beben rápido, por el efecto del alcohol. Desarrollan dependencia psicológica.

A las personas de este grupo se les considera prealcohólicos.

*ALCOHOLICO:* Personas que beben grandes cantidades hasta llegar a la intoxicación. Por lo menos una vez por semana. Desarrollan dependencia física.

Corresponde a la sociedad adulta la responsabilidad de elegir entre el consumo de dosis moderadas de alcohol, o por el contrario sufrir las terribles consecuencias que derivan de

su abuso, por esto con este proyecto se pretende crear una juventud responsable con una vida más sana para disminuir el número de alcohólicos y bebedores excesivos en nuestro país.



*Capítulo*



# Aplicaciones gráficas

## 3.1 Desarrollo teórico de las aplicaciones utilizadas

### Definiciones:

#### *Medios Audiovisuales:*

Según H. Dieuzcide, son, "Medios electromagnéticos o electrónicos de registro, de reproducción y de difusión de mensajes sonoros o visuales, utilizados separada o conjuntamente, para presentar conocimientos, facilitar su adquisición y eventualmente, motivar o corregir los comportamientos del individuo. Dentro de esta categoría se incluyen el cine, la televisión, las filminas, los diaporamas y los diapo...fonogramas".<sup>6</sup>

Tomando en cuenta lo anterior definimos como *medios audiovisuales* los que combinan la comunicación visual y auditiva, con la ayuda de la tecnología, con el fin de lle-

gar a un mayor número de receptores, facilitando por medio de las imágenes y sonidos el significado de la comunicación.

#### *Diapositiva*

Material transparente de proyección de imágenes fijas. Sus formatos son muy variables. Van montadas en marcos de cartón, plástico o metal. Se usan:

- Para la realización de ejercicios de fijación, integración y control de aprendizaje.
- Realización de ejercicios de observación colectiva de documentos.
- Para ilustrar alguna plática o demostración de productos.

<sup>6</sup> Roquet... Glosario de términos audiovisuales p. 10

### *Diaporama*

Serie de diapositivas usadas como auxiliar en una exposición verbal<sup>7</sup>.

Es la presentación de proyección de diapositivas, resultantes de una visualización previa de imágenes y texto (story board), en una plática, exposición o conferencia.

### *Tríptico*

Impreso que consta de una sola hoja con dos dobleces (6 cajas) de formato variado, que puede o no manejar ilustraciones y que se puede imprimir en una o varias tintas. Se utiliza para proporcionar mensajes sintéticos con información específica o promocional.

El tríptico es el medio más utilizado para dar a un público específico la información deseada.

### *Cartel*

Es una lámina, de cualquier material cuya finalidad es ser colocado en lugares públicos el cuál proporciona información de eventos o publicidad de algunas campañas. Su tamaño y manera de presentación es muy variado al igual que su formato.

Es uno de los medio más espectaculares, que da al receptor un mensaje corto y significativo, llega a un público heterogeneo u homogeneo según el lugar donde se coloque.

<sup>7</sup> Diccionario de las ciencias de la educación, p. 405.

### **3.2. Soporte (elección del elemento físico a trabajar)**

El soporte es el elemento que se usó para la realización del material gráfico, consiste en elegir ya sea papel, plástico o cartón adecuados a nuestra solución gráfica, de manera que sea práctico de acuerdo al uso al que se le someterá.

Para la realización de las *láminas* iniciales se utilizaron hojas de papel degradado con las imágenes elaboradas en papel cristal, coloreado con lápices de madera por el reverso, no sin antes contornear la figura al frente con plumón de aceite negro.

Cuando se finalizaron se fotografieron con película positiva, de las que se obtuvieron las *transparencias*.

El *cartel* tuvo el procedimiento anterior, con la diferencia de tamaño y el uso de un fondo en plasta con el propósito de apoyo al mismo pues sobre este fondo se

incluye un degradado, debido a la variedad de colores con los que cuenta, se elaborará con selección a color y en papel couché, ya que éste por su resistencia, permite su exposición a la intemperie; su realización en tan variados contrastes y colores la consideramos importante para atraer la atención del público.

Para la elaboración del *tríptico* se utilizó papel couché, que consideramos maniable y resistente.

### **3.3 La forma y el tamaño**

Las **láminas** se realizaron en papel degradado tamaño carta de 21.5 X 28 cm. y se trabajaron en forma horizontal y vertical.

Posteriormente, de ellas se obtuvieron las **diapositivas** que miden 24 x 33 mm.

El **tríptico** se realizó en tamaño carta 21. 5 X 28 cm. de forma horizontal.

El **Cartel** mide 65 X 45 cm. y se manejó de manera vertical.

### 3.4 El color

*El color es un lenguaje es como la música que no requiere de palabras para sentir su significado.<sup>8</sup>*

El color lo percibimos por medio del ojo el cuál cuenta con conos y bastoncillos que contienen las moléculas que lo forman, éstas absorben la luz que entra en el ojo.

Los conos son de tres tipos, y como principal característica tienden a ser más sensibles a los pigmentos verde, rojo y azul.

Cuando cambiamos de tonalidad de luz, ya sea que ésta baje o suba, el ojo necesita 20 min. para volver a estabilizarse por completo.

La pupila es la parte del ojo por donde entra la luz y es negra porque se encarga de absorber la luz.

La luz es percibida primero por el ojo, éste tiene la tarea de compararla, convertir-

la en información y adaptarla antes de transmitirla al cerebro.

El color en la realización del material gráfico juega un papel muy importante, ya que éste es el alma del diseño. Aquí hemos tratado de usar para la elaboración de las láminas al igual que del cartel colores vivos y en plasta para atraer la atención del joven, hemos utilizado para iluminar los personajes, variados colores firmes y sólamente en el fondo se manejan las tonalidades degradadas que hacen contraste con la ilustración para que de esta forma el joven concentre su atención en lo que realizan los personajes.

Se ha comprobado que el color influye en el humor y en los sentimientos ya que la luz de diferentes colores al penetrar en el ojo, puede afectar indirectamente al centro de las

<sup>8</sup> Cook... Type and color. p.9

emociones en el hipotálamo, lo cuál afecta la glándula pituitaria. Esta glándula controla todo el sistema endócrino, incluyendo la tiroides y las glándulas sexuales y gobierna de este modo los niveles hormonales de dicho sistema y los humores que de él dependen.

El color es percepción e influye también en nuestras sensaciones, al verlo nosotros podemos sentir frío o calor o bien sentirnos cercanos o lejanos.

El color refleja el estado de ánimo de cada individuo e incluso puede llegar a formar parte de nuestra personalidad. El color es información, por ejemplo el rojo indica peligro, nos indica alto, y el verde nos dice que avancemos.

El color forma parte de nuestra vida en todo momento ya que nuestro alrededor está lleno de él. En la naturaleza todo tiene un color característico, el cielo es azul, el follaje es

verde, la tierra café, etc. El lenguaje de la luz se manifiesta mediante la presencia del color. El color se manifiesta cuando nuestro ojo percibe un estímulo luminoso, al reflejarse en él la luz rebota de la materia que contiene pigmentos cromáticos.

El color es causa y efecto de sí mismo, en la medida de la sensación que produce y que recibe el ojo de los cuerpos coloreados.

Por lo anterior entendemos que la luz es el origen de cualquier color,

Ahora bien, al haber luz y sustancia, existen dos teorías sobre el color; estos fenómenos están bien diferenciados y son la teoría aditiva y la sustractiva

### **Teoría aditiva**

Conocida también como teoría física, y de colores luz, de manera tal que al sumarse los diferentes colores luminosos nos dan el blanco.

Los colores primarios en esta teoría son el rojo, el verde y el azul. (Se entiende por primarios aquellos colores absolutos, que no se pueden obtener a partir de ninguna mezcla).

### **Teoría sustractiva**

Llamada de igual forma teoría química o de colores pigmento; y en ella se resta el color, pues con la suma de éstos se obtiene el negro.

Los colores primarios de esta teoría

son el magenta, cian y amarillo.

Esos pigmentos fueron inicialmente tomados de la tierra, las piedras y vegetales que soltaban alguna sustancia con la cuál se podía dar color a las rocas y al papiro, ya que estos fueron los materiales en donde se manejaron las pinturas rupestres y en la actualidad siguen siendo estos pigmentos la materia prima para la elaboración de todas las gamas de colores en cualquier proceso de impresión. (Para obtener una "selección de color" en una impresión basta con aplicar en sus porcentajes los pigmentos cian, magenta, amarillo y negro para obtener todas las gamas existentes, los blancos lo dan el papel sobre el que se imprime)

Ya sean pigmento o luz los colores se dividen de acuerdo a su temperatura en dos: fríos y cálidos.



## Fríos

Son: *El violeta, el azul y el verde*, éstos ensanchan, dan sensación de espacio. Están relacionados con el cielo, el mar, debido a que los azules nos dan una gran expansión. Proporcionan calma.

## Cálidos

Son: *El rojo, el naranja y el amarillo*, Estos oprimen, dan sensación de que el espacio es más pequeño. Se relacionan con el fuego, son colores animados y estimulantes. Son provocativos excitantes y eróticos. Son colores de alma. Como ejemplo podemos ver que el rojo y el amarillo siempre se usan en señalizaciones e indican peligro.

Se consideran no colores el negro, el blanco y el gris.

El **negro** es la negación del color. Es la oscuridad total. Se relaciona con la muerte, el demonio y lo negativo.

El **blanco** es luz total. Y se ha utilizado como símbolo de pureza, por ejemplo en las bodas aquí en nuestro país los vestidos de novia se llevan en color blanco. El color blanco se relaciona con el frío y la limpieza. Como signo ha adquirido una visualización de concordia, por ejemplo, la paloma blanca es un símbolo de paz, y cuando se muestra una bandera blanca también es símbolo de paz.

El **gris** tampoco se considera color por ser una combinación del blanco y el negro. No tiene carácter autónomo, es símbolo de monotonía, depresión y vejez.

## Aspectos psicológicos de algunos colores

El **rojo**, es el más dinámico, es el que llama más la atención de la gente, y está relacionado con la sangre, la pasión y la emoción. Es un color de alarma, y estamos acostumbrados a que, en un semáforo significa alto.

El **naranja**, está relacionado con la comida. Su nombre deriva del fruto conocido como naranja, se relaciona también con alimentos fritos y asados, y si somos un poco observadores, veremos que en muchos de los restaurantes se utilizó este color, ya que dicen que despierta el apetito y te hace salir rápidamente del lugar donde estás por ser un color cálido. Surge de la combinación del rojo y el amarillo.

El **amarillo**, está relacionado con la inteligencia, es muy alegre y es el más reflectante de todos los colores, parece que irradia,

que avanza, por esto se usa tanto en la señalización de carreteras. Es un color que nos indica la presencia de vitamina A y C en los alimentos.

El **verde**, es el color que muestran los alimentos putrefactos, sin embargo es el color que abunda en la naturaleza y en la vida. Para nuestros ojos el verde es el color más reposado. Se relaciona con la Confianza, la estabilidad y la seguridad.

El **azul**, es ordenado, da sensación de soledad y aislamiento, el color azul se identifica con el sexo masculino. Se dice que produce un efecto calmante que reduce la presión sanguínea.

El **violeta**, se crea de la combinación del rojo y el azul. Es un símbolo eclesástico, expresa el misterio de la pasión del Señor. Cuenta con la mayor energía, está relacionado

con la intimidad y la sublimación e indica sentimientos profundos.

El **purpura**, derivado del Violeta es un símbolo de sensualidad.

Lo anterior es tan sólo una idea de la importancia que tiene el color pues es parte de nuestro entorno.

Para los profesionistas de nuestra área es muy importante conocer la forma en que los seres humanos percibimos el color pues es parte vital para cualquier diseño, ya que por buena que sea una idea si no se dan las combinaciones adecuadas de colores a un trabajo éste puede perder toda su riqueza y puede dar un poder de comunicación alterado o equivocado.

La mayoría de carteles y folletos elaborados para esta finalidad en nuestro país se realizan en instituciones de carácter público

que no cuentan con los recursos suficientes para manejar colores en sus impresiones y las que llegan a realizar son con un número limitado de tintas, y la elección de los tonos es generalmente oscuros por lo que se obtienen imágenes deprimentes, a las cuáles un consumidor de alcohol nunca se acercaría.

En nuestras aplicaciones gráficas manejamos colores que resultan llamativos y agradables al espectador, tanto en el fondo como en los personajes.

### 3.5 Tipografía

*"La tipografía es una herramienta de la comunicación, se debe de enfatizar en absoluta claridad y legibilidad. La comunicación no se debe deteriorar por una estética a priori"<sup>9</sup>*

La tipografía es la producción mecánica de signos conocidos que expresan ideas, es el medio visual para la transmisión del mensaje. Como diseñadores gráficos tenemos la tarea de hacer y/o elegir el "tipo" más legible y bello según su función

En la evolución de la tipografía surgen las siguientes etapas, • El **pictograma** (un símbolo); • El **ideograma** (imágenes e ideas para construir un contenido); • La **transición** (cuando los símbolos comienzan a asociarse con los sonidos y se da el lenguaje hablado); • El **fonograma** (uso de signos formales y abstractos que corresponden a los sonidos), que en

la actualidad usamos y que fue difundido por los romanos en Europa, mismo que es el resultado de la evolución de los alfabetos creados por los griegos sumerios y fenicios.

Posteriormente se desarrollaron sistemas de impresión, de los cuales destaca la Imprenta.

Antes de que Johann Genfleish Zum Gutenberg de Maguncia en 1450 creará los tipos móviles y desarrollara todos los sistemas para la impresión de un libro, se dice que éstos se imprimieron en xilografía (impresión en madera), eran libros como historietas en donde se resaltaba más la imagen, y la tipografía era de escasamente una línea.

Gutenberg con la creación de sus sistemas de impresión inicia el trabajo de la Biblia, primer libro impreso por este sistema.

<sup>9</sup> Martínez ... Treinta siglos de tipos y letras p. 118

*La Biblia de 42 líneas*, fue llamada de esta forma justificando que tenía 42 líneas en cada una de sus columnas y contaba con dos columnas en cada página.<sup>10</sup>

Se imprimieron 180 ejemplares de este libro. Y cada uno constó de 1,284 páginas.

Los tipos móviles creados por Gutenberg se usaron por más de 100 años.

Posteriormente se empiezan a expandir las imprentas por Europa, Surgen nuevos impresores y tipógrafos, entre ellos cabe mencionar a Francesco de Bologna llamado Griffo, quien introduce libros de muy buena calidad y libros pequeños (de bolsillo).

Muchos años después, con la inquietud de los artistas de unir la industria con el arte, en 1919, Walter Gropius es llamado para dirigir una escuela que uniera las Bellas Artes

con la escuela Van de Velde de artes aplicadas y se crea la Bau-Haus.

La finalidad de esta institución era educar a los diseñadores en el lenguaje visual de la producción masiva.

El lema de la Bauhaus fue "Arte y tecnología, una nueva unidad".

En 1922 ingresan a la Bauhaus personalidades que dejaron fuerte influencia en el aspecto tipográfico, entre ellos:

*Moholy-Nagy*, quien le da principal importancia a desarrollar la tipografía, la fotografía y el Diseño Gráfico, ya que éste en 1925 se integró al plan de estudios.

*Bayer* ingresa a la Bauhaus y crea un alfabeto con letras minúsculas únicamente, ya que afirma, que las letras tienen un sólo sonido y no tienen por que haber dos alfabetos

<sup>10</sup> Martínez... Treinta siglos de tipos y letras p. 39

de minúsculas y mayúsculas. Su alfabeto se vuelve universal. Introduce el uso de plecas, barras y la justificación de tipografía a la izquierda o derecha. Al igual que la justificación de espacios.

En 1926 se le cambia el nombre a la Bauhaus por Hochschule für Gestaltung que se traduce como "alta escuela para la forma".

Por problemas con el gobierno nazi, en 1933 la Bauhaus tiene que cerrar sus instalaciones.

Años después de cerrada la primera escuela de diseño a nivel mundial, Bayer escribe.-

*"para el futuro  
la bauhaus  
nos dió la confianza  
para enfrentar las complejidades  
del trabajo;  
nos dió el conocimiento*

*de cómo trabajar  
una fundación  
en las artesanías,  
una herencia invaluable  
de principios eternos,  
aplicados al proceso creativo.  
expresó  
que no debemos  
imponer la estética  
en los objetos que usamos,  
las estructuras  
que vivimos,  
pero ese propósito  
y la forma  
deben verse como uno.  
que la dirección emerge  
cuando uno considera  
demandas concretas,  
condiciones especiales,  
el carácter inherente  
de un problema dado.  
y nunca perder la  
perspectiva  
que uno es,*

*después de todo.  
un artista."<sup>11</sup>*

En México, no se sabe con seguridad cuál fué el primer libro impreso, pero en mayo de 1538, se muestra ya impresa la obra titulada,

*"Breve y mas compendiosa Doctrina Christiana en Lengua Castellana y Mexicana que contiene las cosas más necesarias de nuestra Santa Fé Católica, para el aprovechamiento destes indios naturales y salvación de sus ánimas."*

Quién presenta esta obra es el obispo Juan de Zumarraga.

También cabe mencionar a Juan Pablo y Juan Croemberg precursores de la impresión en México.

De esta forma y a manera de introducción, nace la imprenta y con ella el diseño de tipografías.

### **3.5.1 Tipo utilizado en las aplicaciones gráficas. Garamond**

Concretamente utilizamos el tipo **Garamond**, tanto en las aplicaciones gráficas como en el texto de esta tesis, mismo que ahora explicamos.

El tipo **Garamond** surge en el siglo XVI y es un tipo romano. Nace en la época de oro de la tipografía francesa.

De esta fuente es autor Claude Garamond, quien fue el primer cortador de tipos que trabajó de manera independiente, sin labo-

<sup>11</sup> Martínez... Treinta siglos de tipos y letras p. 120

rar en ninguna imprenta.

Sus tipos fueron elaborados con mucha perfección y como consecuencia de esto los impresores franceses pudieron obtener libros con mucha legibilidad y gran belleza. Gracias a Garamond y al diseño de sus fuentes desaparecen los tipos góticos de las imprentas europeas conservándolos sólo las imprentas alemanas.

Las fuentes de Garamond se distinguieron por su forma y disposición de las letras, que permitía que se pudieran componer cerrando espacios entre ellas, creando armonía, empleando el uso de mayúsculas, minúsculas e itálicas.

Garamond, trató de que sus fuentes no se parecieran tanto a la escritura para romper con esa dependencia caligráfica y así dar mayor desarrollo a la forma de los tipos.

Claude Garamond muere sin recursos económicos a los 81 años, en 1561. Su viuda se encargó de vender sus tipos por lo que se dan a conocer en toda Europa. Pero en las imprentas se empiezan a utilizar hasta el siglo XVIII.

#### **Características de los tipos Garamond.**

- Las letras son claras y muy abiertas.
- Las mayúsculas son relativamente grandes.
- Los patines son cóncavos, anchos y con un ángulo hacia afuera de los fustes.
- La "a" minúscula es estrecha.
- Los ojos de la "a" y la "e" son pequeños.



•La "g" tiene un gancho rectangular.<sup>12</sup>

**El Caracter.-** es la figura o forma de un tipo. El tipo mismo. Letra de imprenta.

### **Clases de Caracteres**

**1.-Caracteres comunes.-** son los que se emplean en la composición de libros, periódicos, revistas, etc. Se subdividen en redondo o romano, cursivo o itálico, versalitas o versales o mayúsculas y minúsculas.

**2.-Caracteres titulares.-** son los que sirven para componer títulos, cabezas, inscripciones.

**3.-Caracteres de escritura.-** imitan la escritura o la caligrafía.

**4.- Caracteres de fantasía .-** también llamados historiados o de "display " son los que están adornados con rasgos, figuras etc.

### **División de los caracteres**

**1.-Por su estilo o familia.-** hay cinco familias tipográficas fundamentales:

- La romana antigua o elzeviriana
- La de transición, la moderna o didot
- La egipcia
- La de palo seco, sin patines, grotesca o san serif.
- La manuscrita
- La gótica
- La de fantasía

<sup>12</sup> Martínez... Treinta siglos de tipos y letras p. 54

**2.-Por su eje.-** los caracteres pueden ser romanos, o redondos, itálicos o cursivos y contraitálicos.

**3.-Por sus elementos.-** los fustes pueden ser rectos, circulares semicirculares y mixtos.

**4.- Por su peso.-** los caracteres pueden ser finos (light), blancos (medium), seminegros (demibold) negros(bold) y supernegros (extrabold).

**5.- Por su proporción.-** los caracteres pueden ser estrechos, (condensed) medios (normal) y anchos (extended).<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Martínez... Treinta siglos de tipos y letras p. 170

### **3.6 *Reticulas***

La retícula es un principio de organización que facilita la concepción, organización y configuración de soluciones visuales, de manera más segura y rápida.

El trabajar con sistema reticular significa someterse a leyes universalmente válidas. Este sistema se entiende como una voluntad de orden, claridad y objetividad

#### **Retícula tipográfica**

Es subdividir un espacio en campos, teniendo o no las mismas dimensiones, la altura de los campos corresponden a un determinado número de líneas de texto y su anchura es la de las columnas, estas medidas deben expresarse tipográficamente, ya sea en puntos o picas.

La retícula determina las dimen-

siones constantes de cotas y del espacio, todo esto para lograr una armonía global, transferencia y claridad.

# *Capítulo*

**4**

# Qué es el programa “Consumo responsable de alcohol”

## 4.1. Educación en el consumo moderado: una alternativa de prevención del alcoholismo

El abuso del alcohol se ha convertido en la actualidad en un problema que exige un análisis severo, pues las consecuencias físicas, económicas, sociales y psicológicas que trae consigo son más serias día a día. Se tiene información de que el consumo de alcohol se extiende en la población joven y desafortunadamente los niños a edades cada vez más tempranas se inician en su uso.<sup>14</sup>

Ante este problema es necesario implementar medidas que permitan que los jóvenes desarrollen el conocimiento y las habilidades que los lleven a tomar decisiones responsables sobre consumir o abstenerse.

Muchas medidas pueden ser tomadas para atacar el problema, como prohibir la venta o la producción de bebidas alcohólicas, o incrementar la edad mínima para comprar

alcohol. Pero una mejor opción se encuentra en el **SISTEMA EDUCATIVO**, iniciando programas que resulten en un currículum comprensivo del **CONSUMO RESPONSABLE DE ALCOHOL**. La investigación muestra que la prevención es un camino prometedor para lograr responsabilidad en el consumo entre jóvenes<sup>15</sup>. La educación juega un papel central en este proceso, ya que es un sistema que puede influenciar positivamente a los jóvenes. A pesar de que debe quedar claro que no sólo la escuela logrará el cambio, esto debe hacerse en equipo con los padres y con otros miembros de la comunidad. El presente trabajo muestra las características de un programa de prevención que se implementará en la Delegación de Coyoacán.

Quando se diseñan programas de

<sup>14</sup> Medina...Estudio.

<sup>15</sup> Bagnall...Investigación.Bagnall.

prevención, aquéllos modelos teóricos que toman en cuenta la conducta de los individuos son de gran utilidad debido a que en última instancia lo que se desea cambiar es la conducta. La investigación en prevención del alcoholismo debe dirigirse a entender cuáles son los factores que hacen que un individuo no controle su forma de beber<sup>16</sup>.

Desde el punto de vista psicológico, los modelos basados en una perspectiva de aprendizaje social han generado gran interés, debido a que estos modelos señalan los procesos por los que los individuos adquieren y mantienen una conducta y son muy útiles en la conceptualización de la adicción.

El concepto central de esta perspectiva, es la interacción entre el individuo y su

medio ambiente. Para los teóricos del aprendizaje social, aprender a beber alcohol es una parte integral del desarrollo psicosocial dentro de una cultura. La conducta de beber de los jóvenes, sus creencias, sus actitudes y expectativas relacionadas con el alcohol están formadas por influencias sociales de la cultura, la familia y sus compañeros. Esta influencia se ejecuta indirectamente por las actitudes y expectativas de la familia y amigos, en forma directa por medio de modelos de consumo de alcohol de éstos, así como también por otros mecanismos a través de los cuales son inculcados<sup>17</sup>.

A pesar de que se reconocen las diferencias individuales que predisponen a un individuo al abuso de alcohol como son la sensibilidad a estímulos estresantes, la predisposi-

<sup>16</sup> Goodstadt... Análisis.

<sup>17</sup> Miller... Concepto.

ción genética; los déficits en respuestas de afrontamiento, los problemas para manejar emociones, la ausencia de modelos de consumo moderado o la presencia de modelos de consumo excesivo, etc., al interactuar estas variables con agentes de socialización y determinantes situaciones se incrementa el riesgo de abusar del alcohol.

Por otro lado, los efectos reforzantes y aversivos del alcohol y otros determinantes próximos, como la presión de amigos y las propiedades relajantes del alcohol, la ausencia o baja incidencia de respuestas de afrontamiento, la minimización de las consecuencias negativas, hacen que se experimente con el alcohol sobre todo entre adolescentes<sup>18</sup>. En resumen, la Teoría del Aprendizaje Social pro-

pone que los problemas relacionados al abuso del alcohol son conductas aprendidas<sup>19</sup>. En el área de la prevención de estos problemas, le da énfasis a la idea de que la adquisición de conductas apropiadas o la reducción de conductas inapropiadas es más fácil tratarlas a edades tempranas. También le da mucha importancia al entrenamiento en estrategias de afrontamiento, así como a incrementar la habilidad para responder con autocontrol mientras se bebe.

El entrenamiento en estrategias de afrontamiento ha mostrado su utilidad para alcanzar la meta de la abstinencia o moderación en el consumo y ha sido ensayado en programas de prevención primaria<sup>20</sup>. En particular, el entrenamiento en relajación y asertividad ha mostrado utilidad proporcionando a los jóvenes

<sup>18</sup> Miller... Tratamiento para alcoholismo.

<sup>19</sup> Miller... Concepto.

<sup>20</sup> Mills... Guía de prevención de alcohol.

un amplio repertorio de alternativas a situaciones estresantes.

Por otra parte el conocimiento de estrategias de autocontrol permite que los jóvenes aprendan técnicas para el cambio y control de su conducta. En particular el autocontrol es una técnica de gran utilidad para ser aplicada en numerosas situaciones de la vida diaria.

En el presente trabajo se presentarán las características de un paquete de prevención de alcoholismo, basado en los principios de la Teoría del Aprendizaje Social, que permitirá que los jóvenes desarrollen el conocimiento y las habilidades que los lleven a tomar decisiones responsables sobre consumir alcohol o abstenerse.

A pesar de que la literatura científica internacional reporta que muchos programas

de educación en el área de prevención no son efectivos y en algunos casos son contraproducentes, es necesario hacer más investigación para identificar las técnicas de entrenamiento idóneas, los métodos para diseminar estas habilidades y llevar a cabo evaluación sistemática para medir el impacto de este tipo de programas en nuestra sociedad.

El material de este paquete se desarrolló tomando en cuenta los resultados de una investigación de campo llevada a cabo en la Delegación Coyoacán, por un grupo de especialistas de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en donde se obtuvieron una serie de índices relacionados con la salud, el funcionamiento social, los estresores de la vida, las estrategias de afrontamiento y el papel que éstas asumen en la etiología del abuso del alcohol.



El paquete intenta dar una respuesta a la preocupación de nuestra sociedad por la forma de consumo típica del mexicano. El consumo diario no es una práctica común; sin embargo, se beben con frecuencia grandes cantidades (consumo explosivo), de lo que se deriva una serie de problemas sociales y económicos en nuestro país.

El paquete está dirigido a los jóvenes entre doce y quince años, ya que la investigación reporta que es entre estas edades cuando se inician los jóvenes en el consumo de alcohol. En México según se desprende de la Encuesta Nacional de Adicciones, el 28% de los jóvenes entre 12 y 17 años, de la población urbana, ya han probado el alcohol. A pesar de que nosotros no tenemos datos de la relación entre consumo de alcohol y consecuencias, es pertinente señalar que el consumo inadecuado

del alcohol, y la inexperiencia, acentúan la posibilidad de accidentes, de ahí la necesidad de educar a los jóvenes en esta área.

Así mismo, este paquete está desarrollado con la idea de aceptar el consumo moderado de alcohol, ya que consideramos que el tratamiento que se le da al alcohol no debe de ser confundido con el que se le da a las drogas. En México, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Adicciones, el 65% de la población urbana de nuestro país consume alcohol, la meta del paquete es adquirir conductas responsables sobre el consumo de alcohol que en un momento dado incluya la decisión de abstenerse. A continuación se describirán los elementos fundamentales del método que se instrumentará, entre los que figuran los sujetos, el escenario, los materiales a utilizar, las variables, el diseño experimental y el procedimiento a seguir.

### **Sujetos**

Este paquete de educación en alcohol será utilizado con estudiantes de secundaria ya que los adolescentes en las escuelas representan un grupo cerrado, pues su asistencia no es optativa. El estudio se llevará a cabo en secundarias oficiales de la Delegación de Coyoacán, donde se permitió evaluar el paquete; los planteles fueron elegidos al azar.

### **Escenario**

El paquete se aplicará en los espacios que faciliten cada una de las escuelas, en todos los casos se aplicará en el turno matutino.

### **Materiales**

Los materiales están constituidos por:

- El paquete de educación.

- El cuestionario de evaluación.

- Materiales audiovisuales de apoyo para las pláticas.

- El paquete de educación está dirigido a padres de familia, maestros y alumnos; el contenido varía de acuerdo al grupo al que va dirigido

El siguiente material se les dará a los maestros para que estos estén preparados para cualquier pregunta que pueda hacer el alumno en relación al alcohol.

### **Maestros**

Información sobre causas, y consecuencias del alcoholismo.

Entrenamiento en estrategias de autocontrol.

Entrenamiento en diversas estrate-

gias de afrontamiento (asertividad, relajación, habilidades sociales.)

El concepto de consumo responsable.

El adulto como modelo de consumo responsable.

A los padres se les proporcionará información sobre:

### **Padres**

Características de la adolescencia.

Información sobre las causas y consecuencias del alcoholismo.

El concepto de consumo responsable.

Los padres como modelo de consumo responsable.

Actividades para mejorar la comunicación con los hijos.

**Alumnos**, se les hablará acerca de:

Concepto de responsabilidad.

Entrenamiento en habilidades de autocontrol, asertividad y habilidades sociales.

Para evaluar la efectividad del material a través de los cambios en el conocimiento, actitudes y consumo de alcohol, se utilizará un cuestionario de auto reporte que se aplicará a los alumnos. Con el fin de disminuir al mínimo el rechazo a proporcionar información, no se pedirá el nombre ni apellido del joven y se garantizará confidencialidad de los resultados.

# *Capítulo*



# Taller de autocontrol

## 5.1 Texto que apoyará la realización de las diapositivas

### Objetivo general de la plática:

Al finalizar la plática el alumno identificará las diferentes alternativas de autocontrol como medida de educación para la salud.

### Aspectos generales del autocontrol

#### Objetivo específico.

Al finalizar la unidad el participante describirá los elementos principales del autocontrol.

#### ¿Qué se entiende por autocontrol?

Después de realizar una pequeña

presentación el instructor introduce al tema diciendo:

Se pide al grupo conceptos generales de lo que se entiende por autocontrol, retroalimentando la participación del mismo, anotándose en el pizarrón los conceptos acordes con la explicación que se dará a continuación.

En la vida diaria, nos regimos por el control. Nuestra mamá determina qué comer y cuánto debemos comer para que no enfermemos. En el hogar hay un límite para estar fuera de casa a determinadas horas. Dentro de la escuela, principalmente, hay un control por parte de los prefectos, de nuestros maestro, del director, en fin, como vemos desde que somos pequeños siempre estamos siendo educados. Pero ¿qué sucede cuando crecemos, cuando tenemos de 12 a 15 años, como ustedes?, ya no

nos gusta que nos estén diciendo todo el tiempo lo que tenemos que hacer, llega el momento en que nosotros tenemos que tomar decisiones, y pensar en lo que más nos conviene. De tal manera que el autocontrol lo debemos entender como una libertad personal una posibilidad de elegir y actuar como queremos.

Ahora bien, muchas ocasiones no nos han enseñado cómo controlar nuestro comportamiento, a veces sucede que nos dan un poquito de libertad y no sabemos cómo manejarla, por ejemplo, si nos dicen en la escuela que acabaron los reportes por mal comportamiento. nos alocamos, desordenamos en todas las clases, es decir no sabemos ejercer nuestra libertad.

En primer lugar, debemos tomar en cuenta que para lograr un autocontrol adecuado, es necesario saber elegir, ¿qué significa

esto?, quiere decir que durante toda nuestra vida, tenemos diferentes opciones por ejemplo, cuando comienza el día, podemos escoger entre quedarnos dormidos o levantarnos; hañarnos en la noche o en la mañana; hacer la tarea o no hacerla; ayudar a nuestra mamá a lavar los trastes, barrer la casa, tender nuestra cama o no hacer nada; en las escuela también estamos expuestos a elecciones constantes, por ejemplo: entrar a clase pero jugar con los compañeros; entrar y molestar al maestro; entrar y poner atención. (bajo esta temática, se plantea la pregunta ¿que otras elecciones hacemos con respecto a la ropa que usaremos, el desayuno que se tomó en la mañana, qué cenamos?

Podemos dividir a las decisiones en:

**I. Adecuadas**-no causan daño, nos hacen sentir bien, no afectan a terceras per-

sonas, de éstas ya vimos algunos ejemplos en la casa, ayudar a nuestra mamá, en la escuela, estudiar.

**II. Inadecuadas.**- Son aquellas que nos exponen a algún peligro, nos producen incomodidad, nos causan daño, por ejemplo, si en la escuela o nuestra casa algún "amigo" nos invita a beber en la calle, a qué nos exponemos, a que si pasa una patrulla nos pida dinero, o si nos peleamos podemos provocar un daño mayor a nosotros o a los demás. También nos pueden invitar a fumar y ¿qué pasa?, si se dan cuenta en nuestra casa, nos regañan o castigan; si lo hacemos en la escuela y nos "cachan", pueden llamar a nuestros papás, regañarnos y hasta expulsarnos.

Como hemos visto, todos los días se toman decisiones o se hacen elecciones entre varias opciones, a veces son "sencillas", pero a

veces también tenemos que tomar decisiones más complicadas, por ejemplo:

- Manejar un coche sin licencia
- Estudiar Preparatoria, Vocacional, ó CONALEP
- Trabajar en vacaciones o divertirse.
- Tomar alcohol cuando vamos a una fiesta.
- Tomar prestado un coche e irnos con amigos.
- Beber y pelearnos en la calle.

Ahora analicemos que es lo que hace que las decisiones sean más difíciles de tomar:

- 1.- Cuando nuestro futuro está en juego
- 2.- Cuando otras personas dependen de nosotros al tomar una decisión.
- 3.- Cuando podemos causar un daño material o psíquico a una persona.

Si pensamos que realmente estas

decisiones son más difíciles de tomar ¿qué podemos hacer para facilitarlas?

La respuesta es *ser responsables* pero esto qué significa. Es una palabra que usamos todo el tiempo, nuestros papás, maestro, tíos, abuelos, nos la dicen continuamente ¿pero qué es?

Se eligen al azar alumnos que quieren aportar lo que entienden por *responsabilidad*.

La *responsabilidad* significa escoger una opción y llevarla a cabo. Aceptar y sabiendo las consecuencias de nuestra elección.

Esta palabra y su definición suena muy bien, pero al igual que aprendemos a comer, a cruzar la calle, a leer, también se aprende a ser *responsable*, a través de la imitación y de lo que nos enseñan nuestros padres en casa. También aprendemos de nues-

tros amigos, nuestros abuelos, tíos o las personas que están más cerca de nosotros.

Además de las decisiones y la responsabilidad existen dos factores importantes en el autocontrol que son:

1) El medio ambiente que nos rodea, hay que recordar que como seres humanos que somos, vivimos en un mundo que da diversas sensaciones, y éstas se nos presentan en cualquier momento, no importando en donde estemos, algunas veces nosotros mismos podemos controlarlas, sin embargo hay cosas que no está en nuestras manos controlar, como el frío, el calor, la lluvia y los temblores, estas situaciones del medio ambiente, no podemos pensar en programarlas en beneficio propio.

Un ejemplo del autocontrol es el siguiente: está semana nos anuncian que vamos a tener un examen de matemáticas, el mes



próximo, (se dirá la fecha de acuerdo a la que estemos), se nos hace eterno y pensamos que tenemos mucho tiempo para estudiar, seguimos echando relajo, viendo la tele, yendo al cine, en fin nunca estudiamos y un día antes nos acordamos que mañana es el examen y tratamos de no dormir, para que nos alcance el tiempo para estudiar, aun así no terminamos de hacerlo. ¿Qué sucedió? No planificamos nuestro ambiente, no medimos las consecuencias de no prepararnos con tiempo. Debemos partir del hecho de que nuestra conducta tiene un efecto sobre nosotros mismos, de tal manera que si pensamos en el autocontrol debemos pensar qué cosas queremos y tenemos que controlar y de que manera vamos a afectar el medio ambiente que nos rodea.

Otro ejemplo es: ustedes han visto a una persona alcohólica tirada en la calle,

dormida o haciendo el ridículo, o en un convivio cuando a alguien "se le pasan las copas", y es el hazme reír de la fiesta, en un principio nos cae bien, pero después termina por pelear con los demás o puede terminar hasta en la delegación si se arma una "bronca" mayor. ¿A qué creen que se deba esto? Evidentemente a que no controló su manera de beber.

2) La programación.- Esto quiere decir que uno mismo determina cuando hacer las cosas y cómo, observando que siempre al final de nuestros planes vamos a obtener un premio, o un castigo.

¿A quién no le gusta recibir algo agradable? A todos nos gusta más algo que nos ponga contentos, que nos dé satisfacciones, no recibir una llamada de atención.

### **Ejemplos de la aplicación de autocontrol en situaciones cotidianas escolares y familiares.**

Ahora bien, ¿cómo podemos aplicar el autocontrol en nuestra vida cotidiana?

Por ejemplo, cuando nos invitan a fumar o beber alcohol, podemos elegir entre ir y no ir, para hacer esta elección, tenemos que pensar en la responsabilidad que estamos adquiriendo, aquí es cuando debemos aplicar el autocontrol, ¿por qué? simplemente porque estamos pensando en las consecuencias negativas para nosotros. Una persona que lleva un autocontrol adecuado, sabe decir NO a algo que le puede causar serios problemas, en todos los aspectos, en su salud, en su escuela o en su familia salir con los amigos y al mismo tiempo debemos prepararnos para el examen y res-

ponsabilizarnos de nosotros mismos, una vez que hemos terminado podemos ver la tele o ver a nuestros amigos, esto quiere decir que controlamos nuestro ambiente.

Entendiéndose que aplazar diversiones, ordenar según su importancia lo que debemos realizar, controlar nuestras propias acciones, son características de una persona inteligente, que demuestra que sabe elegir y comportarse por sí misma, sin necesidad de que los hermanos mayores, padres o maestros la vigilen.

Por otra parte, existen algunas situaciones en las que nos sentimos tensos, angustiados o tristes. Estas situaciones nos pueden hacer perder el control. En estos momentos difíciles algunas personas tienden a fumar, gritar o hacer algo de lo que más tarde se arrepientan y que generalmente acarrea conse-

cuencias desagradables para ellos y para las personas que los rodean. Una persona inteligente guarda el control de sí misma analiza la situación y encuentra la solución más adecuada.

En resumen el autocontrol ayuda a actuar de una forma más saludable y lo podemos aplicar en situaciones:

#### **Escolares**

- Cuando vamos a hacer un examen si estudiamos o no lo hacemos.

#### **Familiares**

- Cuando nos ordenan ayudar en quehaceres del hogar.

#### **Sociales**

- Cuando organizamos una fiesta y decidimos

si hay o no bebida, cuantas copas se van a repartir.

- Cuando nos invitan a tomar bebidas alcohólicas y a fumar.
- Elegir nuestros amigos.

### **Manejo de alternativas**

*Objetivo específico:*

Al término de la unidad, el participante identificará y aplicará diferentes alternativas tales como: asertividad, habilidades para relacionarse, relajación y manejo del estrés en su vida cotidiana

### **Aplicaciones de la asertividad en el autocontrol**

Algo que puede ayudar para que

logremos un autocontrol adecuado es la capacidad para expresarnos de manera que digamos lo que sentimos, pero sin ofender a nadie, esto lo podemos aplicar en situaciones de la vida diaria, y permite que la persona que la practique se sienta libre para manifestarse, pueda comunicarse de forma directa, abierta y apropiada con cualquier persona, por lo que puede luchar por lo que quiere y actuar en forma que siempre esté de acuerdo consigo misma.

Esto es, por ejemplo; cuando ustedes no desean asistir a una fiesta porque quieren dedicar ese tiempo para ir a ver una película. Si actúan adecuadamente podrán negarse a asistir de manera firme, amable adecuada sin que sus compañeros se enojen con ustedes. Si no actúan de forma adecuada es posible que cedan a las presiones de sus compañeros e incluso discutan con ellos, terminan-

do por ir a la fiesta enojados, de mal humor y quedándose con las ganas de ver la película.

Otro ejemplo es cuando van a una fiesta y sus compañeros están bebiendo, pero a ustedes no les gusta la bebida ¿Cual sería una conducta asertiva?

#### ***Asertivo.***

- Decir NO gracias. No bebo.
- Pedir refresco o alguna otra bebida de su agrado.
- Decir a sus amigos que ya no insistan que las bebidas alcohólicas no les gustan.

#### ***No Asertivo***

- Aceptar la bebida alcohólica que no les gusta.
- Decirle de manera agresiva a sus

compañeros que no eres un borracho y no beberás.

Como hemos visto en cualquier momento se puede lograr un autocontrol asertivo.

### **Habilidades sociales**

#### *¿Qué es hacer amigos?*

Hacer amigos significa relacionarnos con las personas. Es decir, como iniciamos y mantenemos una relación con amigos.

Debemos pensar qué amigos queremos tener.

Por ejemplo, los amigos pueden ser aquellos que nos invitan a estudiar, ir al cine o ir de compras; también los que nos invitan a

fumar tomar o vivir situaciones desagradables y peligrosas.

Nosotros mismos debemos valorar, ¿qué tipo de amigos queremos tener?, si nos decidimos por aquellos que nos causan dificultades, debemos enfrentar las consecuencias; es decir regaños de nuestros padres, maestros y bajar de calificaciones en la escuela.

Las sugerencias que podemos darles para buscar amigos:

- Buscar persona afines en gustos o aficiones.
- Calificar a las personas en base a su conducta, si es o no apropiada conforme a los valores de grupo.
- Eliminar compañías indeseables. Muchachos que hayan tenido líos con la policía, pleitos callejeros o que de antemano sepamos que son conflictivos.

### **Planeación del tiempo libre**

De acuerdo a la elección de amistades, podemos hacer una planeación de nuestro tiempo libre.

¿Cómo podemos divertirnos a bajo costo y de manera adecuada?, a continuación te daremos algunas sugerencias:

- Si donde vivimos hay un parque recreativo o un club deportivo cuyo costo sea mínimo o de entrada gratuita, podemos inscribirnos y asistir a las actividades.
- Platicar con nuestros maestros acerca de la creación de equipos de foot-ball, base-ball, basket-ball.
- Con nuestros padres planificar el fin de semana. Visitar a museos, exposiciones. Asistir a obras de teatro, etc. Actualmente las

delegaciones tienen diferentes actividades y generalmente son de bajo costo o entrada libre.

- Si no nos podemos organizar con nuestros padres, organicémonos con nuestros amigos.

**El chiste es buscar en qué divertirse sin afectar nuestra salud o la de los demás.**

*¿Qué se entiende por estar tristes?*

Cuando una persona está inquieta, nerviosa y tensa de los músculos, está ansiosa, esto también puede ser producto de alguna situación en particular, por ejemplo, un examen o una plática con sus padres en donde suponen que los van a regañar, el haber llegado tarde a la escuela, la pérdida de algún objeto de valor, etc.

Por otra parte en el caso de la depresión, ocurre algo muy similar. Algunas veces nos sentimos tristes, con falta de entusiasmo, sin saber por qué. En otras ocasiones se siente uno triste debido a un desacuerdo, a la pérdida de algún familiar o amigo, a causa del resentimiento hacia alguna persona, por haber sufrido algún desengaño o porque no logramos alguna meta.

Ante estos eventos todos reaccionamos de diferente manera. Algunas personas tratan de solucionar la situación lo antes posible para terminar con esa sensación de malestar, otras permanecen tiempo pensando ¿qué hacer? y descansan mientras tanto; otras comen más, se ponen a tomar, se desquitan con alguien, es decir, evitan resolver la situación de manera directa.

Debido a que los estados de ansie-

dad y depresión van muy ligados, ya que generalmente a un estado de ansiedad le sigue uno de depresión, la manera de atacarlos pueden ser las mismas.

Lo primero es tratar de identificar qué es lo que nos está tensando o deprimiendo, después debemos pensar cómo solucionar esa situación mediante una serie de alternativas. Algo muy importante es que reflexionemos qué consecuencias (tanto positivas como negativas) puede tener cada solución que planteamos y dependiendo de esto, poder escoger la mejor solución. Obviamente si en la práctica no funcionó, debemos tratar con la segunda solución que nos planteamos.

Otra manera es planificar nuestro ambiente, de tal manera que programemos actividades culturales y recreativas placenteras que ayudarán a cambiar nuestro estado de

ánimo (si son actividades acompañadas con amigos, mejor).

### **Efectos negativos de la publicidad**

#### *Objetivo específico:*

El participante al término de la unidad identificará aspectos positivos y negativos de la publicidad.

En nuestros días, la publicidad es parte importante de la mercadotecnia, ya que gracias a ella se conoce rápidamente un nuevo producto del mercado.

La publicidad la encontramos en la televisión, la radio, el cine, las revistas y la vía pública, con anuncios de toda clase, constantemente estamos bombardeados por la información publicitaria.

Un aspecto positivo de la publicidad es que gracias a ella podemos obtener beneficios, como por ejemplo:

- 1) Nos enteramos a tiempo de que hay que vacunar a los niños y qué tipo de vacuna les corresponde de acuerdo a la edad.
- 2) Podemos conocer productos que son necesarios en nuestros hogares, como un refrigerador, una estufa, etc.
- 3) Asimismo nos enteramos de actividades culturales y recreativas.

Por otra parte existen *aspectos negativos* de la publicidad por ejemplo:

- 1) No mostrar todas las cualidades del producto, a veces nos anuncian ropa muy bonita, pero no nos dicen que es ropa para gente delgada, alta, etc.



2) En ocasiones nos tratan de vender un producto, engañándonos, ya que nos muestran cualidades que no posee, como en los anuncios de cereales que nos dicen que el producto tiene todas las vitaminas del mundo y no es cierto. Otro ejemplo es cuando nos anuncian cigarrillos, nos muestran muchachas muy bonitas fumando, pero nunca nos dicen que si nos acercamos a esa chica su boca huele mal, al igual que su ropa, sus dientes están manchados de amarillo y a la larga es posible que padezca un cáncer pulmonar.

A continuación veremos una película, que contiene tres comerciales de bebidas alcohólicas, y al final del mismo, se planteará la pregunta ¿qué vieron además de la bebida?

(Iniciar la proyección del video.)

Se anotan las respuestas proporcionadas por los alumnos en el pizarrón tratando de orientarlos en los siguientes puntos:

- Ambiente dónde se desarrolla el comercial.

- Edades de las personas que participaron en el mismo.

- Estado de ánimo de las personas.

- ¿Qué actividades están realizando?

- De acuerdo a las respuestas se deja bien claro *que el estado de ánimo de euforia y alegría no se consigue únicamente con la bebida*, se les recuerda que el **autocontrol** lo pueden aplicar en su vida diaria y con ello eliminar experiencias desagradables; además de la importancia de ser **responsables** y establecer relaciones interpersonales adecuadas. Asimismo, deben recordar que la ansiedad y la tristeza se pueden manejar con la técnica de rela-

jación que aprendieron. También deben recordar que la publicidad a la que están expuestos en su vida diaria la deben ver con una actitud crítica y analizar los aspectos positivos y negativos de la misma.

(Se plantean dudas y comentarios)

(Despedida)

Se hace una breve despedida, agradeciendo su atención y colaboración e invitándolos a que si desean ampliar el tema acudan con la orientadora de la escuela.

*Capítulo*



# Exposición del material gráfico

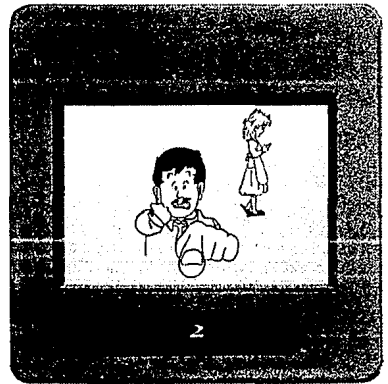
## 6.1 Diapositivas de apoyo a la plática

Ilustraciones de acuerdo a las peticiones de las personas encargadas del proyecto "Consumo responsable de alcohol"

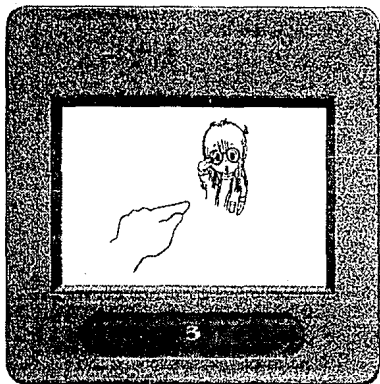
Los originales fueron realizados en tamaño carta y técnica mixta, lápices de color, plumón de aceite y papel cristal, posteriormente se fotografiaron en película positiva para la elaboración del diaporama.



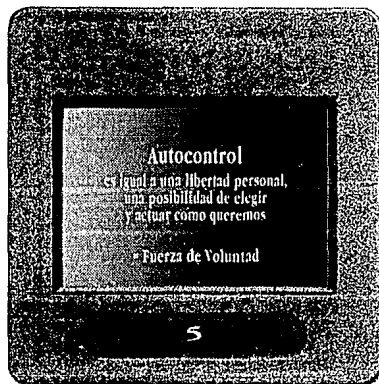
• Título.- Taller de Autocontrol.



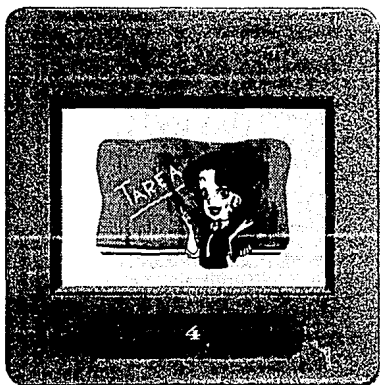
• Padres controlan.- papá y mamá ordenando.



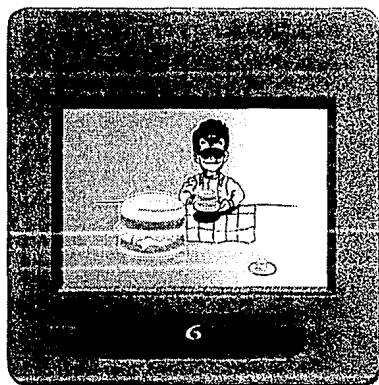
- Continuación de la diapositiva 2, hija obedeciendo ordenes.



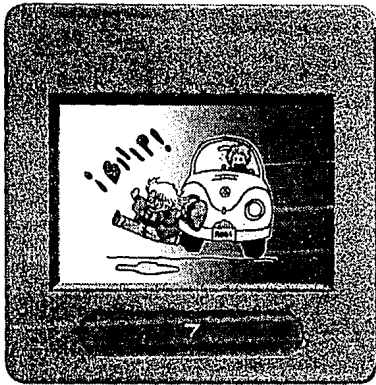
- Definición de autocontrol



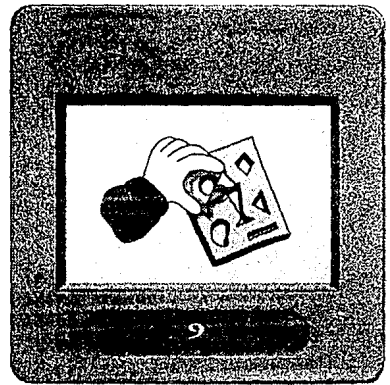
- Maestros controlan.- maestra dando indicaciones.



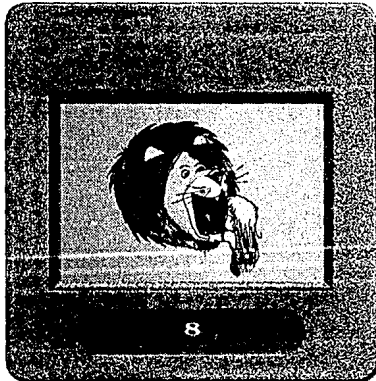
- Hacer una elección, adecuada o inadecuada.



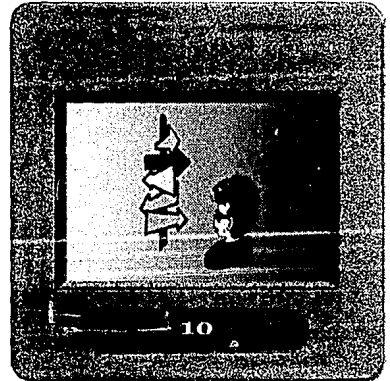
- Niña que cruza la calle frente a un carro. No es una elección adecuada



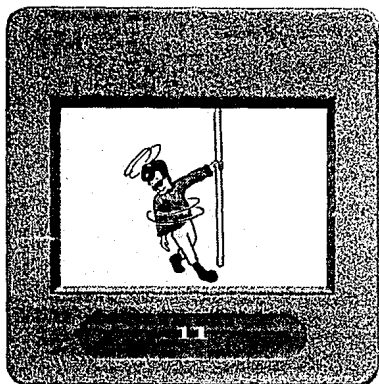
- Elección responsable.- rompecabezas, hacer elecciones y actuar de acuerdo a ellas.



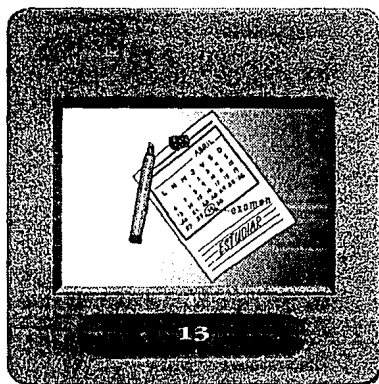
- Niña que mete la cabeza en el hocico de un león. No es una elección adecuada.



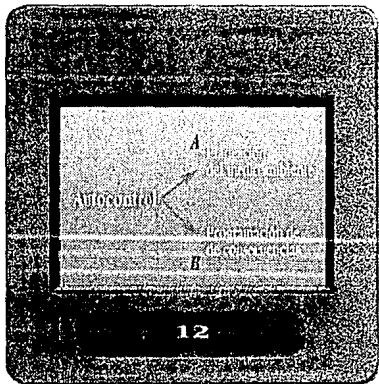
- Camino que señala varias opciones



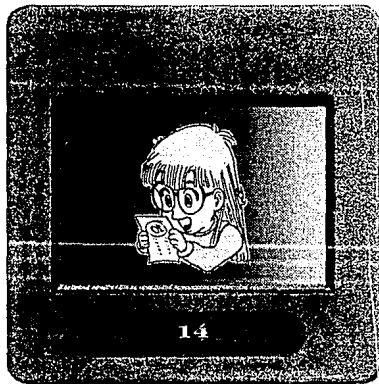
- Joven que tomó demasiado alcohol.



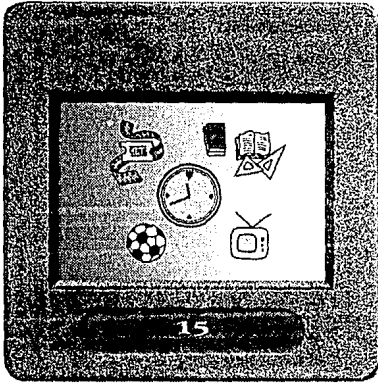
- Planear.- Calendario de estudio para un examen.



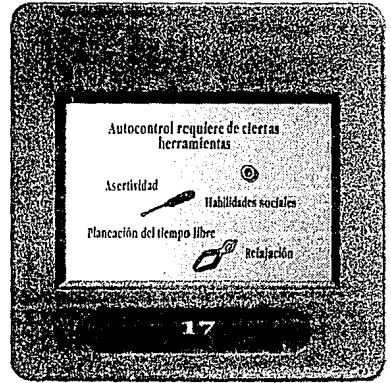
- El Autocontrol se divide en dos partes: A) Planificación de medio ambiente y B) Programación de consecuencias.



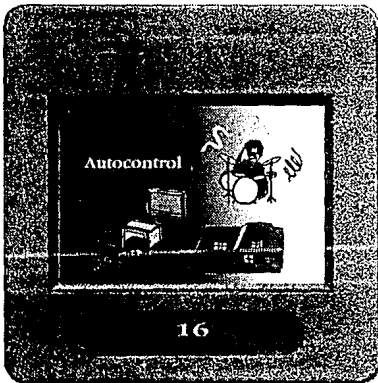
- Si se obtiene un diez en un examen, se podrá premiar yendo al cine o a una fiesta.



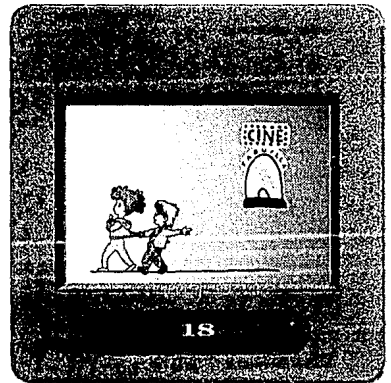
- Una persona que bebe en exceso no planea su medio.



- Autocontrol requiere de ciertas herramientas:  
-Asertividad, -habilidades sociales, -planeación del

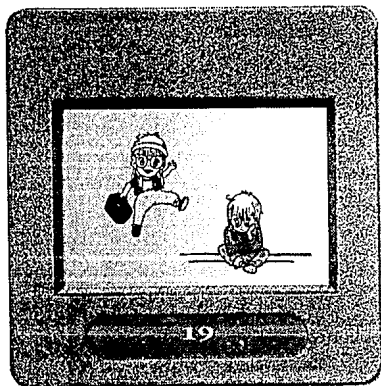


- Autocontrol ejemplos.- escuela, casa, fiesta.



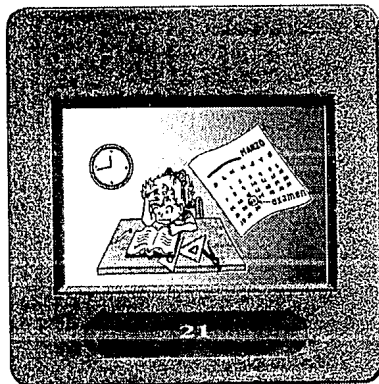
- Amigos que te invitan al cine y tú prefieres quedarte estudiar.





19

- Hacer amigos. ¿Cuál prefieres?



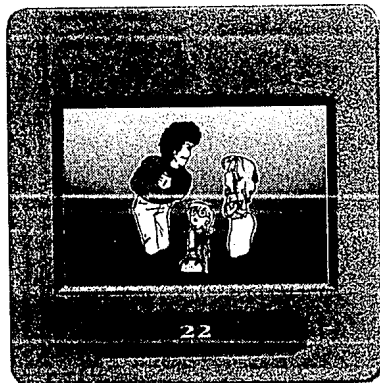
21

- Ansiedad.- estudiando un día antes del examen por no programar el tiempo.



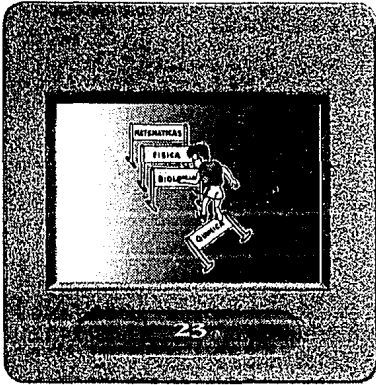
20

- Organizar tu tiempo libre.

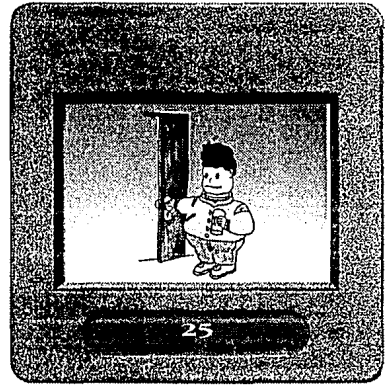


22

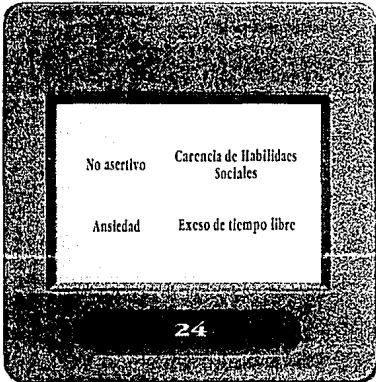
- Discusiones en casa.



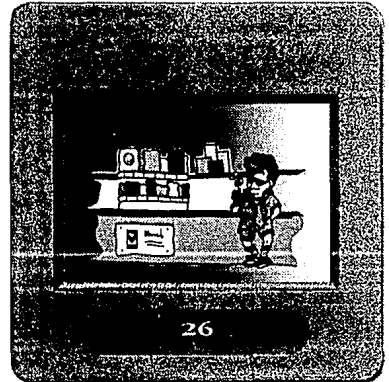
- Tareas.



- Niño tomando alcohol a escondidas.



- (texto) No asertivo, carencia de habilidades sociales, ansiedad y exceso de tiempo libre.



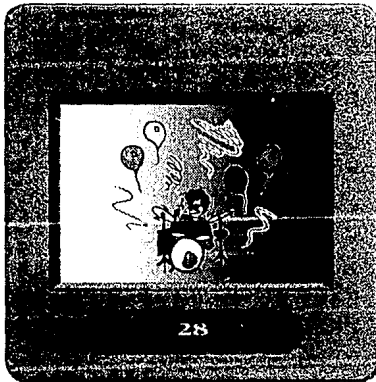
- Niño fumando en una tienda.



• Maestra explicando en clase.



• La decisión es tuya. Fin.

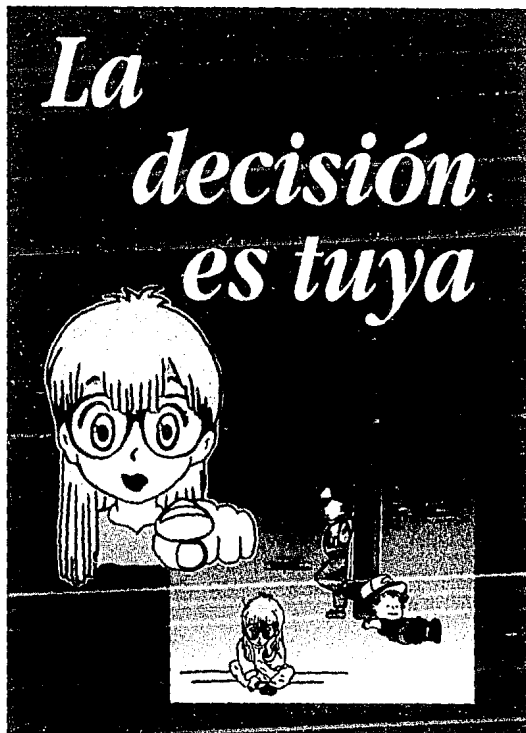


• Fiesta.





## 6.3 Cartel



Cartel (45 X 65 cm)

## 6.4 Justificación a las aplicaciones gráficas

Las **diapositivas** se justifican cada una en base a la explicación dada por la personamostrándose una acción específica y a propósito con el mensaje aludido.

El **tríptico** se realizó con la finalidad de que el receptor lleve una idea simplificada de lo que se dió en la plática y tenga oportunidad de analizarlo detenidamente. que imparte la plática. El diseño presenta en la portada el slogan (formula publicitaria o de propaganda concisa y elocuente) que dice "La decisión es tuya" y una niña alegre. Se insertan algunos gráficos expuestos en las transparencias de la plática.

Se utilizó tipo de letra Garamond en 10/20 debido a su seriedad y legibilidad, el interlineado amplio hace más leible el texto.

Sólo se imprimió a una tinta, (negro) por el elevado costo de otro tipo de impresión, sin embargo se manejan medios tonos que dan

vida a las imagenes. Su retícula está dada por tres columnas con medianil 4,5 picas entre ellas y el ancho lo dan líneas de 20 puntos cada una.

El **cartel** lleva la imagen de una niña que señala al receptor, el slogan que dice "La decisión es tuya" y esto se realizó para crear una relación más personal y que el espectador ya después de haber recibido la plática aprenda a tomar decisiones adecuadas. También se muestra en la parte inferior a unos niños tristes y aburridos pues no saben cómo emplear su tiempo libre en algo positivo.

El tipo de letra que se usó es garamond, bold, itálica de 170 pts. calada en blanco para lograr un contraste con el fondo azul, son *altas y bajas* para aligerar su peso debido a su gran tamaño, y conservar la mayor ocupación de espacios en las tres aplicaciones que es el fondo, *italicas* para dar movimiento mismo que hace

más llamativa su lectura. La composición obedece al verbo (decisión), y a la acción, separada físicamente y unida gramaticalmente.

En la composición de las imágenes, la niña es manejada en mayor proporción porque es quien se dirige al receptor y obviamente quien pronuncia la frase escrita. Ella misma se muestra fuera del ambiente negativo de los personajes minimizados por su tamaño y expresión.

Este cartel mide 65X45 centímetros de formato vertical, los colores de fondo son azul y magenta, uno cálido y otro frío creándose un contraste de temperatura. Los personajes están tratados en colores llamativos para el receptor.

Su realización se llevo a cabo considerando que es un refuerzo de la plática, ya que su exposición será posterior al taller de auto-control



# Conclusión

La realización de este proyecto fue muy interesante, ya que se tuvieron muchas experiencias cuando se presentaban cambios en los bocetos del trabajo, hasta llegar a algo que fuera realmente útil para el apoyo a las pláticas de Autocontrol. Asimismo, pudimos demostrar cómo el diseño gráfico apoya a todas las áreas y esta vez en especial al área social logrando por medio de las aplicaciones creadas distribuir y difundir información.

El diseño está en todas partes y esta vez hemos cumplido una labor que será útil y práctica para los jóvenes, pues el trabajo fue realizado pensando en mejorar un aspecto de la sociedad.

Con lo expuesto anteriormente queda bien definido nuestro trabajo como diseñadores gráficos, pues actuamos como intermediarios entre el transmisor y el receptor, nuestro apoyo gráfico es el conducto por el que se logra obtener mayor interés del público, memorización y retención de lo anteriormente expuesto, específicamente de los jóvenes de secundaria a quienes se les impartirá la plática.

# Bibliografía

## A) DISEÑO E INVESTIGACION

### **Baena Guillermina Paz**

*Manual de técnicas de investigación documental*  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la  
UNAM, México, 1985.

### **Bitren, Farren**

*El gran libro del color*  
Marshall editions limited, Londres  
Editorial Blume Barcelona, 1982.

### **Cook Alton y Fleury Robert**

*Type and Color*  
A handbook of creative combinations  
Rockport publishers  
Third printing 1991, Japan.

### **Diccionario de las ciencias de la educación**

*Tomo I de la A-F*  
Publicaciones Diagonal Santillana para profesores  
Editado por Nuevas Técnicas Educativas, S. A.  
México, 1990

### **Emery Richard**

*Type in Place*  
A thumbnal approach to creative type  
placement  
Rockport publishers, Inc.  
Hong Kong, 1992.

### **Fiovani Giorgio**

*Diseño y Reproducción*  
Editorial Gustavo Gili.  
Barcelona, 1988.

### **Garza Mercado Ario**

*Metodos de Investigación en ciencias sociales*  
Editorial Colegio de México  
México, 1987.

### **Hayten J. Peter**

*El color en las artes*  
L.E.D.A. Las ediciones del arte  
Printed in Spain, 1962

**Martínez Leal Luisa**

*Trenta siglos de tipos y letras*

UAM/Azcapotzalco

Editorial Tilde

México, 1990.

**Müller, Brockmann**

*Sistema de retículas*

Un manual para diseñadores gráficos

Editorial Gustavo Gili

Barcelona, 1992

**Pardinas Felipe**

*Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales.*

Editorial Siglo XXI

México 1979

**Roquet Guillermo, Galindo Enrique**

*Glosario de términos audiovisuales*

Escuela Nacional de Estudios Profesionales  
de Zaragoza.

U.N.A.M. México, 1990

**Scott Gilliam, Robert**

*Fundamentos del diseño*

Editorial Víctor Lerú

Argentina, 1976

**Stockton, James**

*Designer's guide to color*

1.-Color

2.-Color Psychological aspects

3.-Color in art.

Chronicle Books.

San Francisco C. A., 1984

**Wasily, Kandisky**

*Punto y línea sobre el plano*

Contribución al análisis de los  
elementos pictóricos

Ediciones de Bolsillo

Barcelona, 1984

**William, Christopher**

*Los orígenes de la forma*

Editorial Gustavo Gili

Barcelona, 1984.

## **B) ALCOHOL**

### **Bagnall, G.**

*Alcohol education for 13 year old,  
Does it works?*

Results from a controlled evaluation.  
British Journal of Addiction, 1989.

### **Chafetz Morris E.**

*Uso y abuso del alcohol*  
Aymá, S.A. Barcelona  
Editorial Tuset, 1968.

### **Goodstadt, M. S.**

*Alcohol education research and practice*  
A logical analysis of the two realities  
Journal of Drug Education, 1986.

### **Keller, Mark. Mc.Cormick Mairi and Viera Efron**

*A dictionary of words about alcohol*  
Pub. division rutgers center of alcohol studies  
New Jersey, 1990.

### **Marlatt G. A. y Gordon, J. R.**

*Relapse prevention-maintenance strategies in  
the treatment of addictive behaviors*  
New York, Guilford Press, 1985.

### **Medina, Mora, M. E. y Sepúlveda, J.**

*Patrones de consumo de alcohol y síntomas de  
dependencia en una región del Centro de la  
República Mexicana.*  
México, 1990.

### **Mills, K. C. Pfauffenberger, B. and Mc Carty**

*Guidelines for alcohol abuse prevention on the co-  
llege campus*  
Journal of higher education, 1981.

### **Miller, W. R.**

*The addictive behaviors: treatment of  
alcoholism, drug abuse, smoking and obesity*  
New York, Pergamon press, 1980.

### **Miller, P. M.**

*Behavioral treatment of alcoholism*

Pergament, press  
Oxford, 1976.

**North Robert, Richard Orange Jr.**

*El alcoholismo en la juventud*  
Editorial Pax-México  
Librería Carlos Césarman, S. A.  
México, 1985

**Smart, R. G.**

*Modern analysis of drug abuse as a  
problem of public health: the case of alcohol.*  
Artículo presentado con  
el Simposio Internacional de  
Farmacodependencia del Nivel Molecular  
al Nivel Social, 1991.

**Velasco, Fernández Rafael**

*Esa enfermedad llamada alcoholismo*  
Editorial Trillas  
México, 1985

**Velasco, Fernández Rafael, Elizondo López, José  
Antonio Berruecos, Villalobos Luis, Velasco**

**Muñoz Beatriz.**

*Las bebidas alcohólicas y la salud*  
Curso para padres de familia y educadores  
CEPNEC (Centro de psiquiatría y neurofisiología)  
Primera edición, 1986  
Derechos reservados S.E.P.

**Velasco, Fernández Rafael**

*Salud mental, enfermedad mental y alcoholismo*  
Conceptos básicos  
ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e  
Institutos de Enseñanza Superior)  
México, 1980.

**Nota aclaratoria:**

Conforme al Diario Oficial de la Federación publicado el día 13 de julio de 1993. La Nueva Ley General de Educación hace obligatoria la enseñanza secundaria en todo el país, en tal virtud ésta pasa a formar parte del nivel de educación básico junto con el nivel preescolar y primaria.

Capítulo IV Artículo 37. Del proceso Educativo  
Sección 1.-De los tipos y modalidades de educación