

872 731

Campaña de Prevención Contra la Drogadicción en la Ciudad de Uruapan

1 203

UNIVERSIDAD DON VASCO A.C.
Incorporada a la Universidad
Nacional Autónoma de México



Escuela de Diseño Gráfico

Tesis Profesional que para obtener el título de
Licenciado en Diseño Gráfico Presenta:

Sergio de la Cruz Maldonado

Uruapan, Mich., Junio de 1993



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Indice

PRIMERA PARTE

INTRODUCCION

9

CAPITULO I

PROBLEMATICA Y OBJETIVOS

13

Uruapan y su actual situación

17

CAPITULO II

DROGADICCION

19

El Consumo en América

23

Las Drogas en la Niñez
y la Juventud

26

Clasificación de las Drogas

28

Encuesta Nacional de Adicciones

29

Factores que llevan al uso de las Drogas

32

Factores familiares

33

El Comunicador Social

34

y su participación en el problema

38

Organismos Encargados

CAPITULO III

DISEÑO GRAFICO

45

Antecedentes

47

Función del Diseñador Gráfico

50

Campos de acción del Diseñador Gráfico

51

Metodología

52

Técnicas de Representación

56

Medios de Comunicación Promocional

58

Prensa

59

Cartel

63

Tipos de Cartel

67

Clasificación de los Carteles según su Función

70

Métodos de Impresión

74

Medidas de Papel

80

Conclusiones

85

SEGUNDA PARTE

INTRODUCCION

91

Desarrollo del Proyecto

93

Lluvia de Ideas

95

Símbolo

96

Positivo

98

Negativo

99

Matriz Geométrica

100

Matriz Gráfica

101

Estudio Cromático

102

Slogan

103

Retícula y Formato

104

Estilo

105

Tipografía

109

Significado de Colores

110

Carteles

111

Follejos

115

Anuncio de Prensa

118

Calcomanías

120

CAPITULO IV

COSTOS Y PRESUPUESTOS

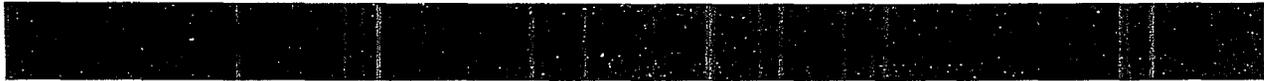
123

CONCLUSIONES GENERALES

125

BIBLIOGRAFÍA

127



Primera Parte



Introducción



Ante la preocupación de aportar soluciones concretas al problema de las Drogas en la adolescencia, en el marco de la Comunidad y Entidad y como una respuesta a las necesidades y principios de las organizaciones sociales involucradas, es que surge el interés en resolver por medio del Diseño Gráfico esta problemática tan inquietante para la sociedad.

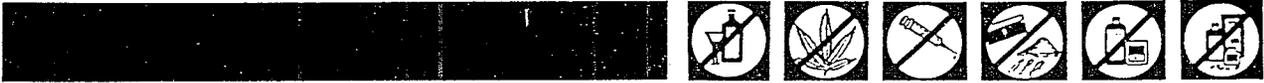
Se presenta el Diseño Gráfico, como una alternativa de solución, no solamente en el aspecto comercial, cultural, político, etc. Sino que también puede ser utilizado como medio de concientización, buscando solucionar el conflicto social originado en la juventud drogadicta y en aquellos sujetos potenciales propensos a llegar a serlo.

Es así que el Diseño Gráfico contribuye interviniendo en la parte psicológica del problema de la drogadicción juvenil, por ello se realiza una comprobación cultural y geográfica, para verificar los aspectos particulares que afectan a la comunidad, resaltando la importancia del papel que desempeñan los medios de comunicación como formadores y transformadores del hombre en la sociedad actual.

Siendo la comunidad de Uruapan un centro de integración cultural y social de diferentes estratos sociales (Indígena, Comunitario, Agrícola, Urbano, etc.), las cuales carecen de una verdadera conciencia social debido en parte a las condiciones socioeconómicas y culturales en que se han venido desarrollando, donde por lo demás tenemos que la riqueza económica esté desequilibrada, ocasionando en un gran porcentaje de nuestros jóvenes el consumo de drogas como un escape de la realidad de un mundo agobiante y carente de expectativas.

Los campos del Diseñador son muy amplios, pues cuenta con una gama de elementos y herramientas, que le permitirán ofrecer posibles soluciones a diversos problemas que aquejan a nuestra sociedad, por eso he elegido el tema de la participación del Diseñador ante la Drogadicción en Uruapan.

Las Drogas degradan la personalidad del ser humano y orillan al adolescente, o a quien las use, a su autodestrucción, a la de su familia, amigos, y localidad que se habite. El Diseñador debe conocer



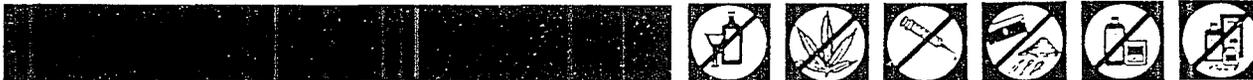
profundamente el tema sobre el que vaya a trabajar, informándose de todo cuanto pueda y así poder lograr mandar el mensaje deseado; es así que mediante la comunicación con los Jóvenes, el Diseñador informa creativamente con base en un modelo sometido previamente a un examen de selección, para llegar a la información adecuada y dirigirla a los jóvenes, propiciando su crecimiento y su cambio.

El material utilizado tendrá que ser convincente en los argumentos y persuasivo para promover ese cambio interno en la niñez y juventud de Uruapan.

Se utiliza la promoción de la idea, base de este trabajo de investigación, evitando la aridez y rutina en la temática, pugnando por soluciones inmediatas y concretas.

CAPITULO I

Problemática y Objetivos



La droga llama a una puerta ya abierta de par en par. Trae consigo la posibilidad de una "comunicación", la entrada en un universo donde el sueño y la realidad se confunden y donde uno siente que se convierte en otro.

La droga no revela al principio su propia naturaleza, no se relata como ilusión homicida, capaz de destruir en poco tiempo todo el potencial de vida del adolescente.

El joven toxicomano no puede imaginar al principio que lo que se le presenta inicialmente como sublime puede ser para él la entrada en un mundo sórdido y de mayor decadencia humana.

Solucionar la Farmacodependencia requiere de la coordinación de diversas dependencias y de la participación de la comunidad.

Debemos aplicar medidas preventivas para evitar que siga creciendo y se vuelva una catástrofe de proporciones nacionales, como ha llegado a suceder en varios países, sobre todo en aquellos de régimen capitalista.





Esta Tesis tiene como objetivo, además de brindar un panorama general de la Toxicomanía, la aportación de una campaña, cuya finalidad será la de buscar concientizar a determinado sector de la sociedad.

Se tendrá que definir que clase de estímulo físico o psicológico, es decir si se desea remarcar más el aspecto auditivo, visual. El color, el contraste, el ruido, la novedad, lo inesperado, lo sencillo, lo sofisticado, lo rea lista, el enigma, el tono personal, los sentimientos.

Se deberá identificar la comunidad a la que se dirigirá el mensaje, es decir, rural o urbana, clase social, nivel cultural, se debe tener un perfil exacto de quienes recibirán el mensaje, tomando en cuenta el tipo de lenguaje, como se presentará la campaña.

PORQUE SIEMPRE
QUEREMOS VERLOS ASI...

AYUDALOS A DECIR

*¿Drogas? No gracias...
prefiero vivir!*

VERITAS

URUAPAN Y SU ACTUAL SITUACION



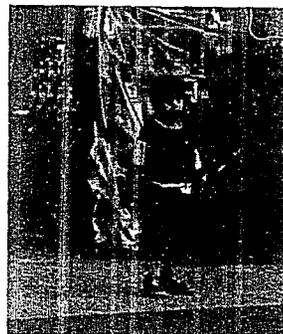
México o cualquier país latinoamericano presenta, los llamados "NIÑOS DE LA CALLE", los cuales para sobrevivir llevan a cabo actividades legales e ilegales y encuentran en las drogas, sobre todo en los inhalantes, una vía de escape para evadirse de una situación de desamparo. Por lo tanto, la campaña estará dirigida a un público y sector específico: la familia.



A continuación expongo algunas de las características que presenta la ciudad de Uruapan, concretamente.

Uruapan, tiene ciertas áreas geográficas en donde se da una mayor incidencia de este problema, generalmente son zonas periféricas como las colonias; Ramón Farías, la Magdalena, la 28 de Octubre, etc., en estas áreas la población o grupo de jóvenes con problemas de drogadicción utilizan para su uso, Jarabes, inhalantes como Thiner ó resistol.

Este tipo de fármacos dañan el cerebro, ocasionando trastornos cerebrales a quien los usa, como son niños de 8 a 15 años, los cuales pertenecen, por lo





general, a familias desintegradas, siendo esta situación la más común. En estos casos no existe un núcleo familiar sólido que los apoye en una búsqueda por mejorar en la escuela y en la vida.

La desintegración se da por igual en familias pobres o acomodadas económicamente, con la diferencia que unos usan la marihuana, resistol cinco mil, thinner, jarabes y otros crack, cocaína, pastillas, etc.

El muchacho cuya familia se separa, se siente mal en la escuela, empieza a tener problemas de conducta, de aprendizaje, agresivo, busca a alguien con quien identificarse. El verdadero problema es de tipo social y económico, hay divorcio, separación.

Este es nuestro punto específico a atacar, dirigiendo la campaña, no al individuo, sino al centro donde se origina todo el problema, no se trata de buscar soluciones de momento o temporales, si se desea resolver esto en forma más radical, hay que ir al fondo del asunto y éste es la familia y su desintegración.

Quiénes intentan ayudar en el combate contra la Drogadicción se sienten solos y dudan si realmente logran que los jóvenes o niños digan "SI A LA VIDA". En cada país surgen cada vez más instituciones, organizaciones y personas preocupadas, por acabar con este mal, nuestro objetivo común debe ser siempre, tener un México sano.



CAPITULO II

Drogadicción

19



"Droga o fármaco es toda sustancia que introducida en el organismo vivo puede modificar una o más de sus funciones".

HISTORIA DE LA DROGA

En la historia de la Humanidad se da como una búsqueda universal la exploración de las propiedades de plantas, hojas, semillas, flores, cortezas, raíces, etc.

El uso de las drogas es universal, ya que en todas partes del mundo el hombre se ha enfrentado a la fatiga, el hambre, la angustia, el dolor y a las enfermedades, y por eso ha originado que se use la droga con el deseo de liberarse de éstas aflicciones. Así que no es sorprendente que desde épocas remotas se conocieran las sustancias, capaces de provocar sensaciones y estados de ánimo que condicionaron en el hombre una nueva visión de sí mismo y de aquello que lo rodea, dándose a través de la cultura, el consumo de drogas con motivos religiosos, católicos o sociales.





La cara de la drogadicción se ha modificado notablemente en los últimos años. Al principio, la droga alcanzaba esencialmente los círculos de artistas y luego cierta categoría de marginados, en conflicto con la sociedad, hoy día la droga se introduce en todos los medios sociales y particularmente en los más vulnerables, es decir, los adolescentes e incluso los niños. Es lo que llamamos "DROGOMANIA"

DROGADICCION: UN PROBLEMA UNIVERSAL

La Drogadicción es una epidemia de nuestro tiempo, el uso de las drogas es universal. Las adicciones destrozan los hogares, destruyen las carreras y, de una u otra forma arruinan la vida de muchísimas personas. Nuestra generación, más que ninguna otra a lo largo de la historia ,está envenenándose masivamente.

La drogadicción es un problema que se agudiza después de la Segunda Guerra Mundial concretamente en la década de los sesentas, su magnitud lo coloca a la cabeza de los problemas internacionales, pues su expansión no reconoce fronteras. Se modifica rápidamente , vulnerando tanto los esfuerzos de los estados, como de aquellos organismos regionales e internacionales que buscan controlarlo.



EL CONSUMO EN AMERICA



En América el problema del consumo debería estar mejor definido en cada nación, ya que cada país conoce su problemática y la enfrenta de distinta manera, pero poco se informa a la comunidad internacional de sus características, de sus carencias, de sus necesidades y posibilidades. Debemos saber que ningún país en nuestro continente se escapa del fenómeno y en algunos casos, el problema es más grave porque tanto se produce como se consume.

La farmacodependencia se conceptualiza como problema para la salud pública, desde el momento en que el uso de sustancias psicotrópicas se incorpora al mercado mundial como fuente de ingreso para algunos países, lo que ha determinado un sistema de intermediarismo comercial entre el productor y el consumidor de drogas. Justo el momento en que se alcanza mayor producción y consumo de estupefacientes es cuando el mercado potencial de los jóvenes es abordado mediante una amplia campaña de difusión de los efectos psicotrópicos de estas sustancias.

En nuestro país como en otros de Latinoamérica, la farmacodependencia se está convirtiendo en uno de los problemas de salud de más acelerado crecimiento.





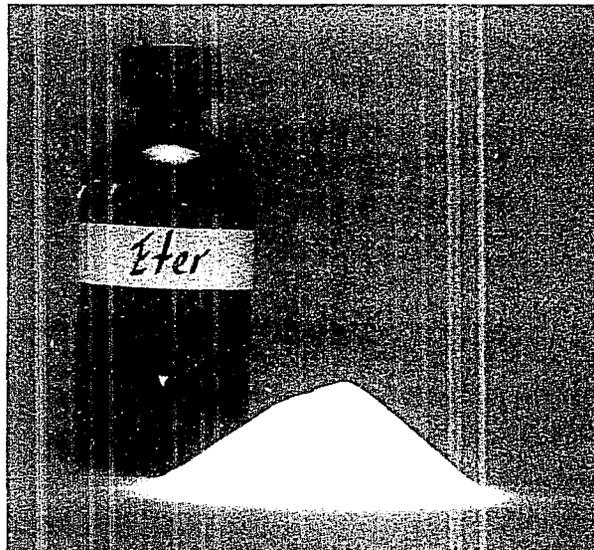
PRODUCCION Y CONSUMO DE LA DROGA

La Drogadicción no comprende las sustancias que son consideradas solo como ilegales, sino también otras de uso autorizado desde el punto de vista médico o industrial, tales como medicamentos e inhalantes. Asimismo, algunas especies vegetales, ("dama de la noche", hongos, etc.)

El continente americano ha experimentado en los últimos años, un incremento inusitado tanto en lo referente a la producción y comercialización de drogas ilícitas, cuanto del consumo de éstas y de otras de carácter lícito.

Estados Unidos es el mayor consumidor de drogas en el mundo. Su alto grado de desarrollo ha motivado una gran expansión en el estudio del comportamiento del uso de las drogas.

El mencionado país alcanza un alto porcentaje de usuarios de drogas entre su población , con un importante consumo de sustancias altamente peligrosas. Desde comienzos de la década de los ochentas, los informes indican una cierta "detención" en la tendencia del crecimiento del problema.





La drogadicción (farmacodependencia) es un proceso que involucra tres tipos de características:

1. LA DEPENDENCIA PSICOLOGICA

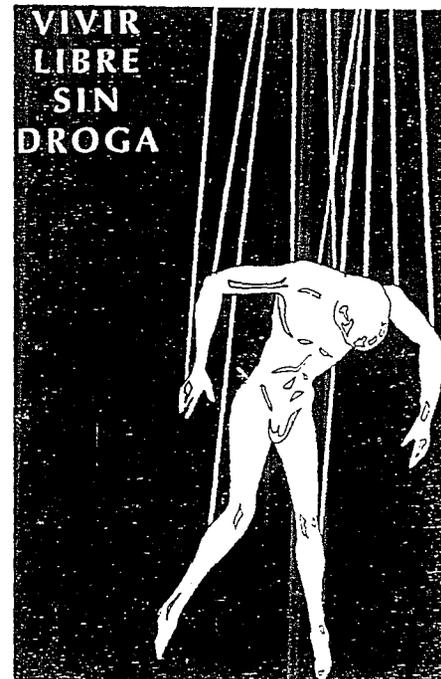
Se define como aquellos sentimientos de satisfacción que inducen la repetición del uso de la droga, para evitar molestias y obtener continuamente el placer.

2. DEPENDENCIA FISICA

Este estado de adaptación a la droga produce tolerancia al dejar de consumirla, la dependencia física producirá el síndrome de supresión o abstinencia (alteraciones fisiológicas desagradables que ocurren cuando se interrumpe repentinamente la droga o cuando se contrarresta la acción de la droga por un antagonista específico).

3. TOLERANCIA

Se define como la necesidad de aumentar la dosis progresivamente para obtener los efectos que se logaban en un principio con dosis menores.



LAS DROGAS EN LA NIÑEZ Y LA JUVENTUD



El problema de las drogas se ha asociado generalmente con la juventud, esto en parte porque los estudios sobre el tema se han centrado sobre la población adolescente y juvenil por ser el grupo que lo muestra más abiertamente, sin embargo es un problema que afecta también a los adultos, y más recientemente a los niños.

Por lo tanto, es necesario que los análisis que se lleven a cabo, involucren a representantes de toda la población, y así detectar las particularidades de los distintos estratos en el uso de las drogas, logrando con esto políticas más adecuadas y pertinentes para el justo tratamiento del problema.

Clásicamente se ha reconocido a la subpoblación de 8 a 25 años como la de más alto riesgo. Lo que cabe destacar esencialmente, sin subestimar al resto de la población, es la particular trascendencia que reviste el uso de drogas por parte de niños y jóvenes. Esto es importante por las consecuencias biológicas, psicológicas, familiares y sociales que ello acarrea.





No todos los jóvenes con problemas de personalidad terminan en el camino de las drogas, pero los estudios demuestran que la mayoría de los drogadictos, presentan en menor o mayor medida este tipo de características.

Cuando estos jóvenes se sienten acosados por conflictos familiares, sociales, etc. son presa fácil de sentimientos de angustia o depresivos, con una baja autoestima, que origina una dependencia y una mayor posibilidad de ser fácilmente influenciables. Buscan otros jóvenes con problemas similares con los cuales juntarse y ser parte de un grupo, intentando encontrar lo que no tienen en su casa. Buscando mitigar la angustia que los acosa o, evadir los problemas que se les presentan como insalvables, entran en contacto con las drogas y conforme las utilizan se les presentan complicaciones secundarias, por el uso mismo de ellas, algunas de estas complicaciones son; tendencia a lo marginal, problemas judiciales, escolares, laborales, etc. El chico o joven con problemas de drogas, generalmente observa en la familia, cómo algún miembro de ella tiene adicción o un uso excesivo de alcohol, estimulantes, sedantes, en casa, pudiendo ser un modelo a imitar de los adultos el consumir algún tipo de fármaco o de droga para resolver sus problemas.



CLASIFICACION DE LAS DROGAS



La existencia de un cierto consumo de drogas en un determinado medio cultural o social, es de compleja explicación, sin embargo, se sabe que para la elección de una droga es importante el medio social, la disponibilidad de esta, la facilidad de adquisición y la costumbre; sin restarle importancia a las predisposiciones psicológicas del individuo.

De lo anterior se puede agregar que la multiplicidad de los factores que interfieren en el problema, hace sumamente difícil un planteamiento claro y preciso. La falta de denominadores comunes en materia cultural, religiosa, legislación y tradición social, imposibilita por otra parte las generalizaciones. Las drogas se clasifican por sus efectos en dos grupos; DEPRESORES Y ESTIMULANTES, que a su vez estos se subdividen en varios grupos, a continuación se enumeran:

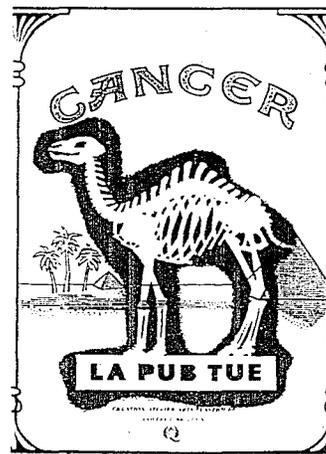
DEPRESORES

ALCOHOL
BARBITURICOS
TRANQUILIZANTES
HEROINA, CODEINA,
INHALABLES

ESTIMULANTES

ANFETAMINAS
COCAINA
ALUCINOGENOS

MARIHUANA
MEZCALINA
PSILOCIBINA



ENCUESTA NACIONAL DE ADICCIONES



El estudio más reciente en materia de consumo de drogas es la Encuesta Nacional de Adicciones, realizada en 1988, concluida y revisada en 1989.

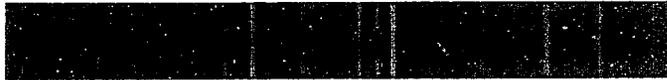
Dicha encuesta se aplicó a 12,581 personas de zonas urbanas de las entidades federativas del país, en este estudio sólo se considera a la población de 12 a 65 años de edad; de donde se desprenden datos importantes, que sólo son una aproximación al fenómeno actual del uso indebido de drogas, el cual ha tenido una tendencia a incrementarse en la última década.

Los datos que proporciona la encuesta son los siguientes:

- * El 4.8% de la población estudiada reportó haber consumido drogas alguna vez en su vida, este porcentaje en una proyección nacional equivaldría a 1'712,000 personas.

- * El 2.1 de la población manifestó haber consumido drogas dentro del año anterior a la encuesta, (756,154 Personas)





* Y sólo el 0.9% respondió haber hecho uso de las drogas durante los treinta días anteriores al estudio, ese porcentaje, si se proyecta a nivel nacional, corresponderá a 324, 108 personas, mismas que podrían considerarse como usuarios regulares de drogas.

* De acuerdo a la encuesta nacional de adicciones, las drogas que son objeto de mayor abuso en nuestro país, después del alcohol y el tabaco, en orden decreciente de importancia son:

MARIHUANA
INHALABLES
TRANQUILIZANTES.

* Así mismo las zonas geográficas (país, región o estado) donde se tuvo acceso a la droga por primera vez de acuerdo a lo manifestado por los encuestados fue para la cocaína, la heroína y otros derivados del opio, Estados Unidos de Norteamérica, Canada y la región Noroccidental de México; Y es en el Distrito Federal y la Región Centro y Centro-Norte donde con mayor frecuencia los usuarios encontraron disponibles: analgésicos, narcóticos, tranquilizantes, anfetaminas, inhalantes y marihuana.





FACTORES QUE LLEVAN AL USO DE LAS DROGAS



Necesidad de exploración.
Falta de habilidades para resolver problemas.
Presión Social, Crisis propias del desarrollo de la personalidad.
Falsas creencias y desconocimiento.
Deseo de Independencia y cambio.
Dificultades para relacionarse con los demás.
Desorientación.
Confusión de valores.
Conflicto con la autoridad.
Pobre autoestima o confianza en sí mismo.
Limitaciones físicas y de comportamiento.
Dificultades para manifestar su inconformidad.
Problemas afectivos y amorosos.
Conflictos por creencias religiosas o políticas.



FACTORES FAMILIARES



Desintegración familiar y cambios en la composición familiar.

Falta de una disciplina firme y justa,

Malos tratos y ejemplos a los hijos.

Constantes conflictos y desacuerdos entre los padres.

Falta de convivencia e interés entre padres e hijos.

Falta de orientación y comunicación entre todos los miembros de la familia.

Un ambiente familiar donde no se presta el suficiente afecto y comprensión para sus miembros.

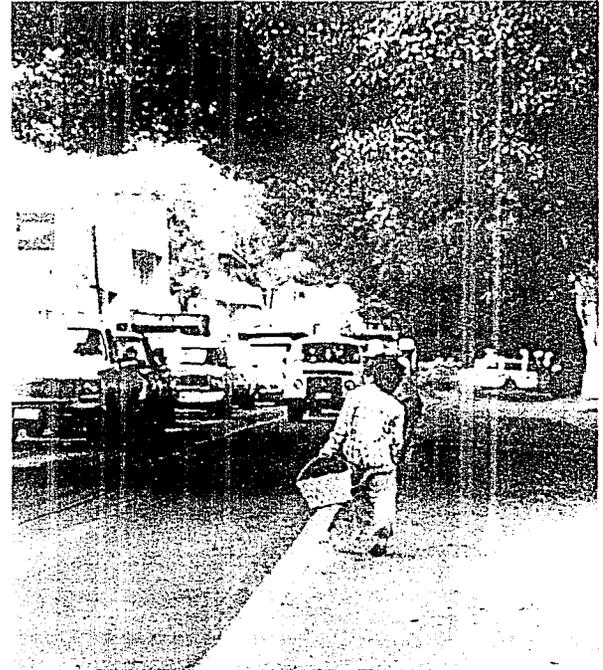
Falta de una adecuada expresión de afecto y los sentimientos entre los miembros de la familia.

Respeto y aceptación de las diferencias personales.

Necesidad de cambios y actualización de las normas de convivencia familiar.

No aceptación de los cambios en la conducta de los hijos, de acuerdo con su crecimiento y ambiente social.

Presencia de situaciones catastróficas o traumáticas.



EL COMUNICADOR SOCIAL Y SU PARTICIPACION EN EL PROBLEMA

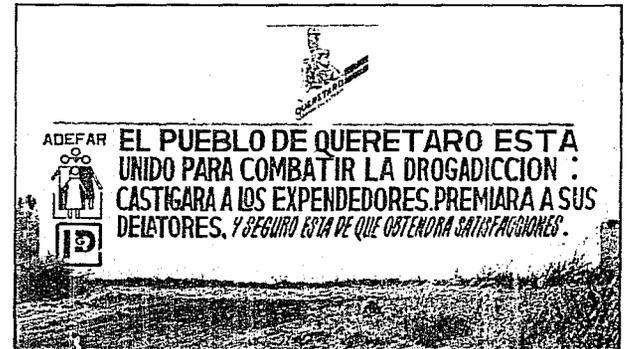


México será cada vez más grande, más fuerte y maduro si logramos separar a los niños y jóvenes de este problema, solo así creceremos en salud.

Debemos implantar, en cada país, estado o municipio, un programa, un proyecto, una idea, para evitar que los niños o jóvenes consuman drogas, el maestro, el padre de familia, el profesional, deben participar en esto.

Nuestro objetivo siempre debe ser claro y definido; dejar para nuestros hijos, un mundo mejor, ya que queremos para ellos libertad y salud.

Los medios de comunicación son los más adecuados para informar a determinado sector de la población, ya que podemos hacer una selección y aplicación del más adecuado, dependiendo cual sea nuestro objetivo y cuales sean las necesidades que nos agobian.





Los medios de comunicación sirven a la sociedad y al mismo tiempo son reflejo de ésta, su función debe ser más trascendente que el hecho de mantenernos bien informados, debe impulsar los juicios de valores inteligentes y la acción constructiva.

Mi proyecto de aplicación será una serie de carteles con los cuales realizaré una campaña de concientización sobre las consecuencias sociales que acarrea este grave problema, sobre todo en niños adolescentes y jóvenes, habida cuenta de la trascendencia que reviste el fenómeno en estos grupos de población.

Para que una campaña de estas funciones, se apoyará de otros medios de comunicación como son: Un folleto informativo en el cual se explicará el problema de la Drogadicción, tendrá anotados lugares y teléfonos a donde acudir cuando se tenga algún problema de farmacodependencia.

Otro de los apoyos que se utilizarán en esta campaña, es la impresión de calcomanías y la realización de un anuncio de prensa.

No debemos pasar por alto que son los medios de comunicación los que proporcionan una realidad ya hecha y anticipada a la experiencia, que puede inducir a la proliferación de estereotipos, pues de hecho, muchas personas no tienen otro concepto de algún acontecimiento más allá de lo que recibieron a través de la comunicación social, sean películas o televisión.

HAY MUCHAS OPCIONES

La cultura es una de ellas
DILE NO A LAS DROGAS

Sí a la Vida

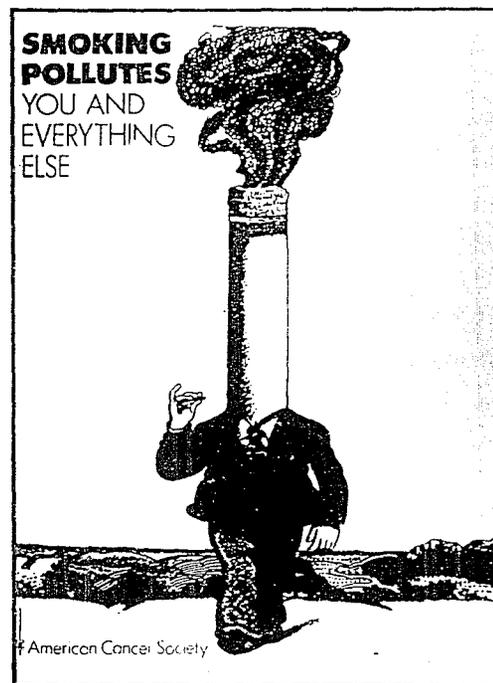
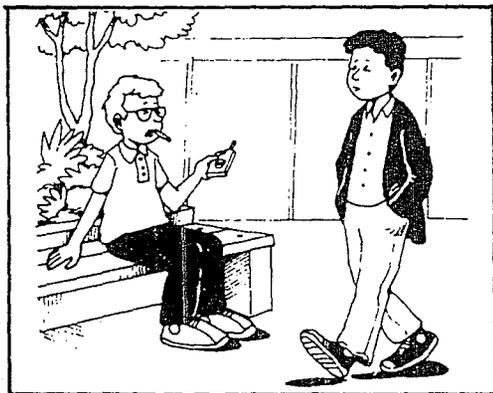
VERITAS

Comunicación Social
Campaña de las Artes



Cuando la comunicación social proporciona una visión deformada de los sucesos, acarrea un falso consenso sobre las cosas.

En sí los medios de comunicación constituyen un extraordinario avance y más cuando éstos pueden emplearse para una tarea tan primordial como es la preservación de la salud de una nación. No desperdiciemos este recurso, hay que operarlo con responsabilidad, para así obtener los resultados buscados.





PRONOSTICOS
PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA

QUINIELA UNICA

VENCEDOR		PERDEDOR	
✓	Vida	Vs.	Drogas
✓	Tú	Vs.	Drogas
✓	Voluntad	Vs.	Drogas
✓	Deporte	Vs.	Drogas
✓	Salud	Vs.	Drogas
✓	Cultura	Vs.	Drogas
✓	Libertad	Vs.	Drogas

ORGANISMOS ENCARGADOS



CENTROS DE INTEGRACION JUVENIL (C. I. J.)

En México existen instituciones cuyos recursos humanos y materiales están destinados a promover la salud entre la población en general, es en este contexto que se ubica a la institución CENTROS DE INTEGRACION JUVENIL como organismo creado especialmente para atender el problema de la Drogadicción.

OBJETIVO GENERAL:

Participar con la comunidad en el abatimiento del problema de la drogadicción, para que desde una acción en conjunto y sumando los esfuerzos y conocimientos de equipos de especialistas, con aquellos de las diferentes poblaciones, se determinen las acciones idóneas para prevenir el abuso de drogas, o bien, modificar el curso de este problema en aquellos grupos que ya están afectados.





OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Participar con la comunidad en la prevención del fenómeno de la farmacodependencia y en la prestación de servicios de tratamiento y rehabilitación, para integrar a la persona a su familia y a la sociedad.

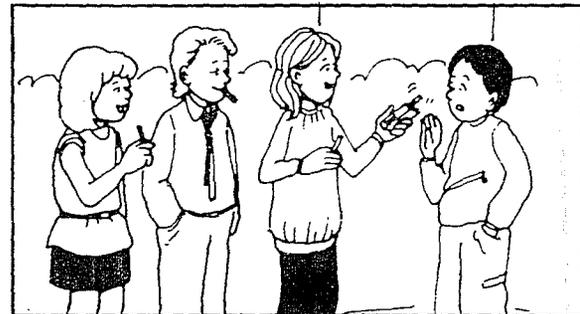
Prevenir, controlar y abatir toda manifestación de la farmacodependencia, a través de programas específicos de trabajo, en zonas estratégicas determinadas.

Investigar la incidencia y prevalencia del abuso de drogas en sus aspectos epidemiológicos para establecer medidas preventivas, campañas de educación y divulgación de conocimientos al respecto.

Ejercitar la prevención primaria y procurar la detención temprana de los farmacodependientes y grupos de alto riesgo .

Realizar diagnósticos integrales y tratamiento ambulatorio, así como orientar sobre el tema, a toda aquella persona e institución que lo requiera, colaborando ampliamente con quien solicite participación de esta índole en la programación de trabajos.

Prestar toda clase de servicios médicos, asistenciales, educativos y sociales, que tiendan a prevenir y erradicar la drogadicción en la juventud.





D.I.F.

DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA)

El objetivo principal del DIF, es tratar de que la familia esté integrada, es un organismo que a través de pláticas con niños y adolescentes, busca conocer qué motivos orillan al niño a buscar las drogas, con cuestionarios o visitas de la trabajadora social, se detectan aquellos casos que presenten algún problema familiar, pues la desintegración familiar es una de las causas por las que el niño o adolescente busca drogarse, intentando escapar de una situación que le parece desagradable.

El DIF cuenta con trabajadora social y psicóloga, que tratan de detectar que niños presentan problemas de drogadicción. El DIF ha realizado campañas en escuelas desde hace dos años, observando que el número de estudiantes con problemas de drogas es muy reducido.

O. M. S.

(ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD)

El comité de expertos de O.M.S. para asuntos de farmacodependencia, considera que la finalidad principal de la prevención de este problema, ha de ser el reducir la incidencia y la gravedad de los problemas asociados con el uso extramédico de drogas causantes de dependencia; dividiéndola en los siguientes objetivos:

Suprimir el cultivo, la producción, la fabricación, la distribución y el abuso ilícito de ciertas sustancias, reducir el interés por las drogas causantes de dependencia, así como la demanda y aceptación social; reducir la incidencia y la gravedad de las complicaciones mentales, físicas, sociales y del comportamiento.





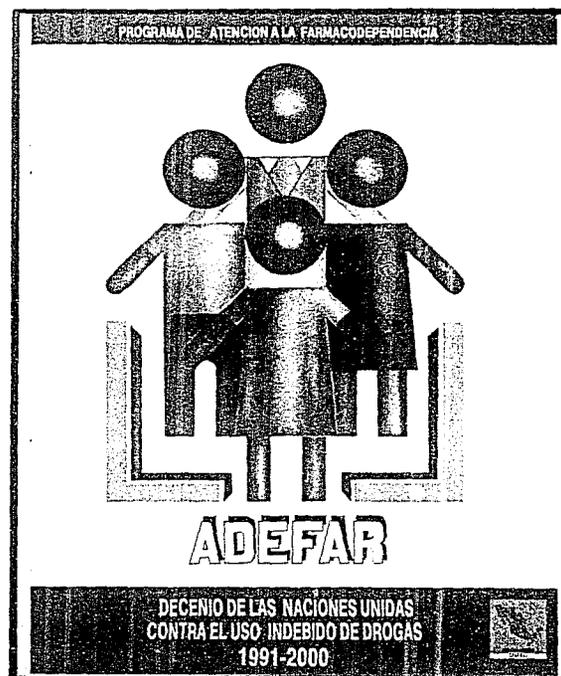
ADEFAR

(PROGRAMA DE ATENCION A LA FARMACODEPENDENCIA)

El programa de atención a la delincuencia asociada a la Farmacodependencia (A D E F A R), que ha puesto en marcha la PGR, tiene como objetivo disminuir la incidencia y prevalencia de farmacodependientes, desalentando el consumo con fines de intoxicación, de sustancias psicotrópicas y coadyuvar en esta forma a prevenir la delincuencia asociada. Su desarrollo está enmarcado en las siguientes actividades básicas:

1) Orientar a la población, sobre todo a los padres de familia, acerca de las medidas preventivas de la farmacodependencia. Tales como el fortalecimiento de la función familiar, la identificación temprana del consumidor, la enseñanza para "DECIR NO", al consumo de drogas y la información oportuna sobre hechos (presumiblemente delictuosos asociados a la farmacodependencia).

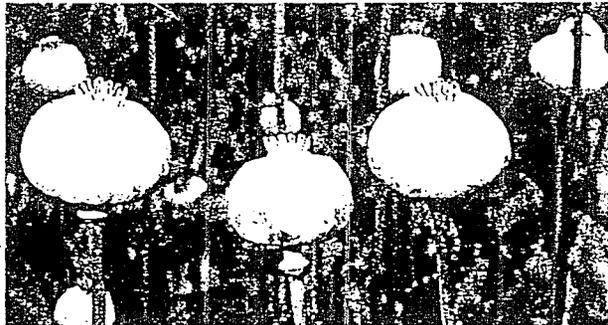
2) Promover la asistencia social y atención médica del farmacodependiente a través de las dependencias públicas competentes, en los términos de sus respectivas atribuciones, sobre todo en los casos detenidos para investigación judicial y que requieren del control médico.





3) Revisar la legislación y promover la consulta popular sobre el tema, en especial lo referente al control de la comercialización de Psicotrópicos de uso médico y sustancias inhalables.

4) Promover la participación de la ciudadanía para informar sobre sembradíos, laboratorios clandestinos, centros de distribución, traficantes y vendedores de estupefacientes o de cualquier tipo de sustancias con efectos psicotrópicos, a fin de que las autoridades los combatan, prestando atención inmediata a la ciudadanía.





También es de reconocer la constante preocupación de nuestro sistema por llevar la atención médica a todos los lugares y sectores del país; ya sea con la ampliación y construcción de nuevos centros de salud, aunque desgraciadamente no todo gira alrededor de una rutina de enfermedades comunes sino también con la revolucionada industria tecnológica con la cual se ha caracterizado el progreso de este siglo; no sólo se ha sustituido la mano del hombre por las máquinas sino que además de fomentar con esto el desempleo, se le ha hecho sentir al hombre un objeto desplazado y sin valor; desapareciendo en él toda razón de existir.

De esta manera, el individuo transmite este trauma a su familia, ocasionando con todo esto un desequilibrio total en la armonía familiar; obviamente se da una transformación en la idiosincrasia de la sociedad, gestándose así nuevas enfermedades, las cuales esta vez no son físicas, sino mentales. A causa de todas estas tensiones, presiones, traumas, estrés, etc. el hombre se ve orillado a inducirse al mundo de las drogas; que comprende desde un tranquilizante (común en el caso de la mujer), Alcohol (común en el hombre), y lo que es más preocupante, la marihuana, solicitada mayormente por adolescentes y jóvenes.



CAPITULO III

Diseño Gráfico

ANTECEDENTES



Diseño: Viene del vocablo "DESIGNARE" que significa dibujar, trazar, delinear, etc.

Gráfico: Perteneciente o relativo a la escritura o impresión. Se aplica a lo que se representa por medio de figuras o signos.

Por lo tanto, DISEÑO GRAFICO es aquella actividad en la cual se ordenan, componen y combinan diversos elementos gráficos (formas, figuras, colores, etc.), en una misma superficie para poder transmitir un mensaje determinado.

El Diseño Gráfico se remonta a aquellas representaciones que hace el hombre de las cavernas, de algunas escenas de su vida, tratando de comunicar lo que sucedía en su época, surgiendo después algunos pueblos que elaboran sistemas gráficos de comunicación, que les permitirán expresarse de determinada forma.



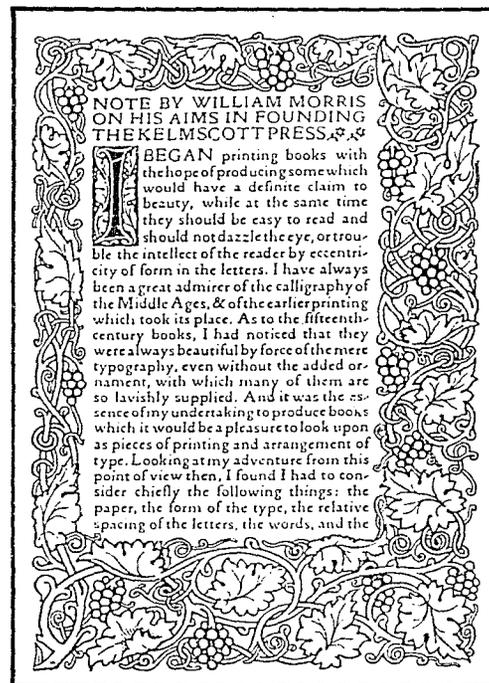


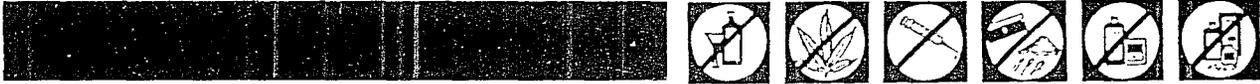
Los fenicios elaboran el primer alfabeto, o sea, el primer sistema de comunicación por medio de palabras. Con el uso de la palabra escrita hubo la necesidad de organizar todo el material creado, es así como surge el DISEÑO.

Es William Addison Dwiggins quien utiliza por primera vez el término Diseñador Gráfico, en 1922, sin embargo, podría decirse que el término surge en el renacimiento, en Italia, con todo ese arte de la encuadernación y los decorados a los manuscritos.

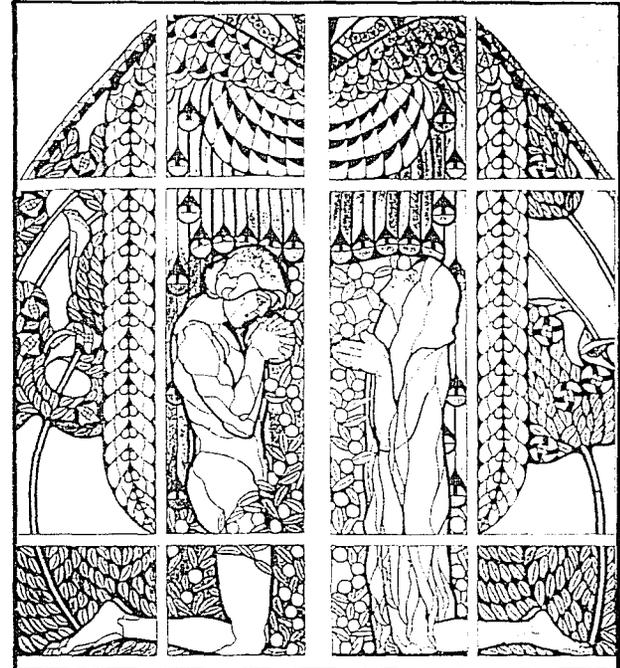
La invención de la imprenta mecánica en el siglo XV y la creación de los tipos móviles por Gutenberg supuso la disponibilidad de libros y folletos en grandes cantidades. Geoffroy Tory es considerado como el primer diseñador gráfico, por elaborar Diseño con un fin determinado. El Diseño moderno se da con la revolución Industrial y la aparición de la litografía en el siglo XIX.

En 1890 William Morris, considerado como el padre del Diseño Moderno funda la imprenta Kelmscott Press, cuya finalidad era producir libros bellos y bien acabados. Morris siempre buscó hacer diseños con calidad en todos los campos del arte. Fundó la compañía Morris.





Aubrey Beardsley, contemporáneo de Morris combinó las ideas aplicadas en Kelmscott Press con el estilo de las estampas xilográficas japonesas, logrando una obra que fué muy acogida. Otro diseñador que sobresalió fué Charles Ricketts, tanto Ricketts como Beardsley pertenecieron al movimiento modernista, el cual surge en Francia a finales del Siglo XIX.



FUNCION DEL DISEÑADOR GRAFICO



La función del Diseñador es la de proporcionar ideas y llevar a cabo el material gráfico que ayudará a la campaña que se este llevando a cabo. Debe conocer muy bien el objetivo de dicha campaña y toda la información que gira en torno a ella.

El Diseñador aportará ideas que vayan de acuerdo con la estructura general de campaña. Su labor es muy importante.

El Diseñador tendrá que utilizar todas sus habilidades y todos sus conocimientos, y así producir diseños que sean los más adecuados a la campaña, buscando que sea más atractiva y funcional.





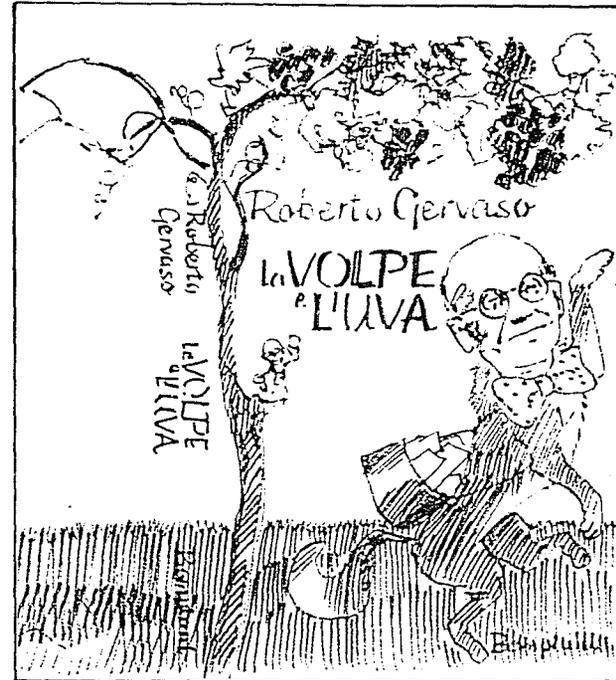
Cualquier diseño atraviesa por diferentes fases antes de plasmar la idea original gráficamente. Diseñar, es ordenar, organizar y combinar elementos visuales para dar un mensaje. Pero es importante definir exactamente el objeto que se persigue. Hay diferentes factores dentro de un diseño y habrá que tomarlos en cuenta. Para lograr comunicar adecuadamente el mensaje, es necesario preguntarse las siguientes cuestiones:

1) ¿Qué es exactamente lo que se quiere anunciar o informar?

Hay que tener una idea clara de lo que se quiere decir, reflexionar sobre todos los aspectos de información y separar la idea central o principal para transmitir perfectamente el mensaje.

2) ¿A quién va dirigido el mensaje?

Hay que saber a qué tipo de público se le dará la información. Si es muy amplio. ¿Qué edades abarca? ¿Incluye personas de ambos sexos o sólo de uno? ¿Es local, nacional o internacional? ¿Tienen sus miembros algo en común?





3) ¿Qué debe decir?

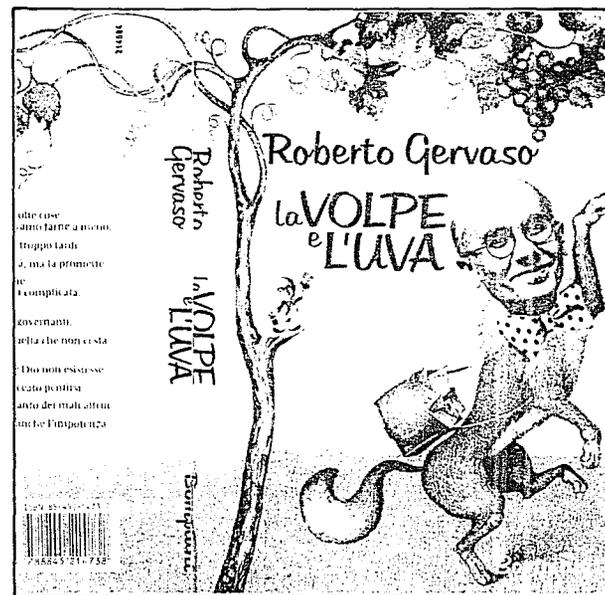
Una vez definido el público, nos será mas fácil saber lo que hay que decir.

4) ¿Cómo se va a comunicar el mensaje?

Es la forma de material impreso más adecuada para satisfacer todas las necesidades que se plantean.

5) ¿Cuál es el objetivo a alcanzar, será informativo o decorativo?

En caso de que sea informativo , la solución puede ser esquemática , tipográfica. Y en el decorativo, se puede solucionar con una imagen o imágenes, que sean necesarias y que predominen en el diseño, más que la tipografía, o puede, incluso, no llevar tipografía. Se debe seguir un método para la realización de cualquier diseño en cualquier tipo de trabajo. Una entrevista con el cliente, sirve para definir claramente el concepto que el cliente desea junto con otros factores, como son el presupuesto y el plazo de la entrega del trabajo.





Después de esto se boceta algo aproximado a lo que el cliente pide y las necesidades básicas para realizar un buen diseño. El boceto puede variar, desde un simple esbozo de los elementos básicos hasta un boceto bien acabado.

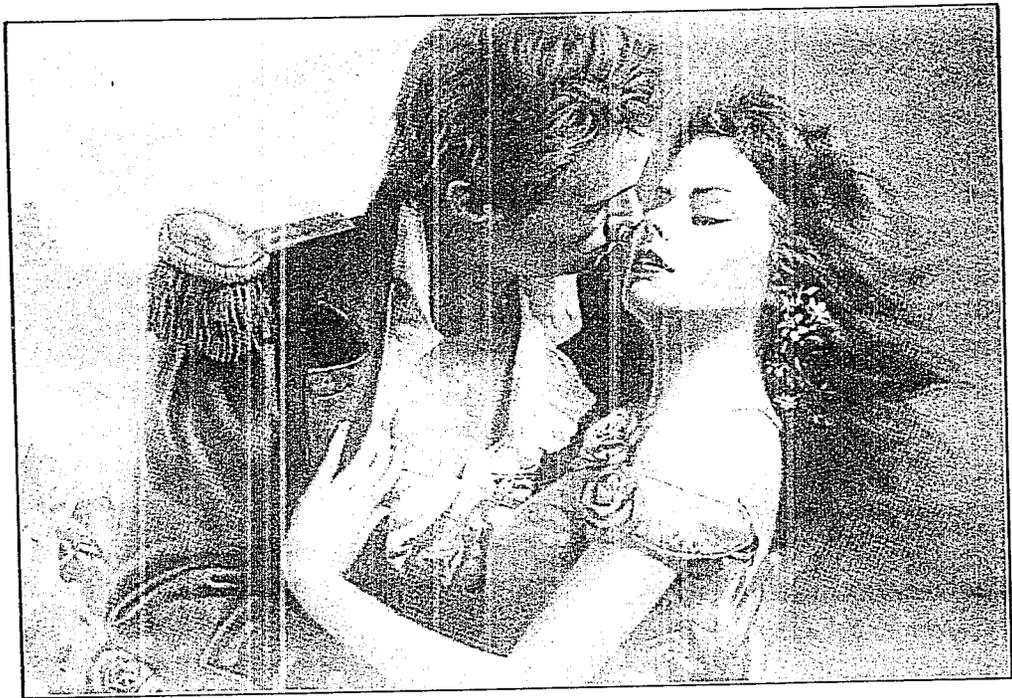
Cualquier tipo de boceto que sea, deberá llevar, rotulación (si existe) y la composición de los elementos visuales o gráficos, que comunicarán la información que se desea.

En cuanto a las posibles técnicas de representación, el diseñador debe conocerlos, porque tiene que ser capaz, de dar instrucciones al fotógrafo, o ilustrador, lo mismo que para calcular el presupuesto de cualquier trabajo de diseño.

Terminado el diseño totalmente, los originales se mandan a impresión o reproducción, para que una vez hecha la prueba de impresión, el diseñador verifique todo y corrija defectos si los hay.

La etapa final, antes de la impresión es el montaje, esto se llevará a cabo después de haber afinado todos los detalles y especificado la instrucciones para el impresor.





TECNICAS DE REPRESENTACION



Ilustraciones

Son imágenes reales, o creadas con un fin determinado y elaboradas con una gran calidad artística, por parte de algún profesional de la ilustración, para después producirlas en mayor tiraje y mecánicamente.

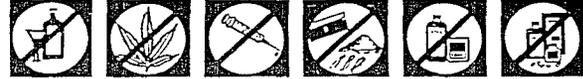
Fotografías

Son imágenes de la realidad captadas por una cámara fotográfica y que también pueden ser manipuladas a través de trucos fotográficos

Las fotografías se podrán utilizar en aquellos diseños en que se pretenda dar una imagen muy real o lograr un impacto visual mayor. Las imágenes solas, sin texto pueden bastar a veces para entender perfectamente el mensaje por sí sola.

Las ilustraciones pueden ser elaboradas en base a las siguientes técnicas de acuerdo al efecto que se desea obtener. * LAPIZ * CARBONCILLO * GISES * CRAYONES O PASTELES * TINTA CHINA NEGRA O DE COLORES QUE SE REQUIERAN. * OLEO * ACUARELA * GOUACHE (PINTURAS A BASE DE AGUA) * ACRILICOS * GRABADO, SERIGRAFIA, AEROGRAFO, ETC.





La mayor parte de los carteles están pintados en Goauche, las ventajas de éste es que seca rápidamente, cubre otro color que se haya pintado o aplicado antes. Otras técnicas mas usadas en cartel son: Acuarela Pastel, y la Fotografía que es cada vez más usada sobre todo en el cartel turístico.

Para la fotografía, dependerá del efecto que se busque, llevando a cabo esto al momento de tomar la foto o cuando se vaya a imprimir en el laboratorio .

También para la fotografía existen algunas técnicas y estas son: La Caligrafía, o sea la escritura a mano o libre.

Las letras transferibles, las cuales se pueden usar de inmediato, frotándolas. Existen muchos tipos, estilos, o tamaños.

Otro método que puede usarse es la fotocomposición, proceso en el cual la luz incide con la imagen de la letra que se desee hacer, sobre papel fotográfico.

Una vez terminado el Diseño es importante ya saber en que método de impresión se realizará. Algunos de los métodos son: la serigrafía, la litografía, selección de color.



MEDIOS DE COMUNICACION PROMOCIONAL



En cualquier campaña promocional se requiere de los medios impresos. Para la elaboración de dichos medios se pueden utilizar distintos materiales sin importar el tamaño o la forma.

Dentro de las características que se deben tomar en cuenta, está la duración o vigencia del mensaje.

Hay gran cantidad de medios impresos a utilizar, los cuales pueden ser: masivos y de carácter directo.

Los medios masivos llevan el mensaje a todo tipo de público, los directos lo hacen a un público determinado.

Los medios impresos los catalogamos de la siguiente manera:

a) Prensa:

Medio informativo y publicitario de mayor circulación y alcance, ofrece espacios grandes para cualquier información, ésta es su función, informar al público sobre sucesos, del medio y de medios extranjeros, el dar su mensaje escrito, lo reduce a un público con un mínimo de cultura.





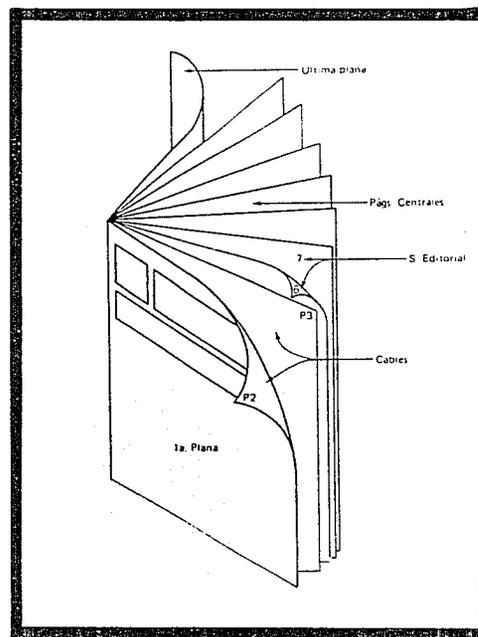
La prensa es el medio publicitario impreso de mayor circulación y alcance. El periódico es el medio tradicional del género prensa, y se produce en forma rápida y económica, en dos medidas clásicas: estandar y tabloide.

El tamaño estandar se compone de 8 columnas y el tabloide se compone de 5 columnas.

La impresión de periódicos se puede hacer por medio de 3 sistemas: tipografía, offset y rotograbado.

Características del Periódico

- 1.- Tiene capacidad de llegar a los más diversos públicos.
- 2.- Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.
- 3.- Es un medio informativo y formativo.
- 4.- Su precio es bajo; al alcance de todas las clases sociales.
- 5.- Se puede adquirir por suscripción.
- 6.- Tiene diversas capacidades de alcance.
- 7.- Satisface muchas necesidades de alcance.
- 8.- Acepta todas las ideologías.
- 9.- Aunque es un medio efímero, su contenido puede ser fácilmente archivado.
- 10.- Abundan sus lectores asiduos y permanentes.





- 11.- Su circulación es generalmente certificada.
- 12.- Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos.
- 13.- Es un medio selectivo.

Producción

Dentro del contexto general de la comunicación, la prensa constituye un medio básico, pero al ser controlada económicamente por la publicidad, ha sido considerada también como un medio complementario, sobre todo cuando el anuncio publicado en los periódicos sirve como apoyo a campañas realizadas en otros medios. Los anuncios para los diversos medios deben ser congruentes en estilo.

La calcomanía

Es uno de los medios más versátiles que ofrece grandes oportunidades, se ha convertido en un excelente medio publicitario, pues por su facilidad de distribución y aplicación se le considera muy eficaz. Prácticamente se puede aplicar en cualquier superficie, ya sea plana, volumen irregular, lisa o rugosa.

Es una pieza que se puede imprimir en tipografía, litografía o serigrafía. Actualmente se ha dado importancia a la impresión serigráfica en virtud de que permite pequeñas tiradas en cualquier tamaño.





Hay tres tipos generales de calcomanías: la húmeda, la seca y la vitrificable.

Se llama húmeda la calcomanía que necesita ser humedecida para transferir la imagen al sustrato final. Se imprime en dos tipos de papel: simplex y duplex.

El papel simplex es absorbente y recibe, de manera directa una cola soluble sobre la que se imprime un barniz impermeable y los colores.; el papel duplex está constituido por un papel impermeable y muy resistente y por otro papel fino, de tipo liso removible sobre el que se aplica la goma adhesiva.

La calcomanía en seco es más versátil que las de agua, pues permite ser aplicada en cualquier superficie. Para ella se utiliza el papel transfer, que consta de un papel delgado al que se aplica un débil capa de barniz a la que se sobre imprime un adhesivo especial, el cual actúa por polaridad.

La calcomanía vitrificable se aplica sobre vidrio, cristal o cerámica, aunque tenga formas redondas, cóncavas o esféricas, al ser horneada la pieza decorada; el dibujo queda realzado y sensible al tacto dando la impresión de acabado a mano.





b) Revista:

Medio de circulación masiva, se le considera como medio permanente, pues el lector lo suele conservar. Hay una gran cantidad de revistas especializadas en toda clase de temas, y profundizan sobre ellos.

c) Volante:

Medio impreso de tamaño pequeño, en donde se exponen ideas o algún tipo de propaganda, también es usado con fines publicitarios.

d) Pancartas:

Medio en el cual el mensaje es directo y simple, ya que debe ser comunicado de inmediato.

e) Calcomanías:

Medio impreso muy versátil que precisamente por esto ofrece grandes oportunidades de comunicación.

f) Folleto:

Es uno de los elementos con mayores posibilidades para propagar ideas; productos; servicios. Debe tener un Diseño atractivo para llamar la atención, puede estar doblado, en forma diptíca, tríptica o de libro, las primeras páginas deben buscar ser sobrias.

g) Espectacular:

Cartel de grandes dimensiones que se ubica en las azoteas, carreteras, etc. (lugares estratégicos); tiene la misma función que el cartel.



CARTEL



Es una hoja de papel, cartulina o cartón impreso por una sola cara, cuya función principal es la de enviar un mensaje al espectador, buscando que este lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido. Se le ha definido también como un grito en la pared.

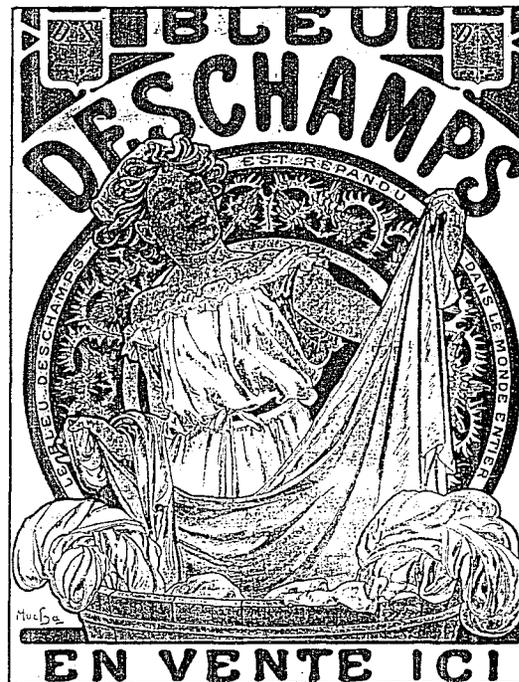
El emblema es el precursor del Cartel, abundaba en Grecia. En la Roma del Imperio, las representaciones teatrales eran anunciadas mediante carteles.

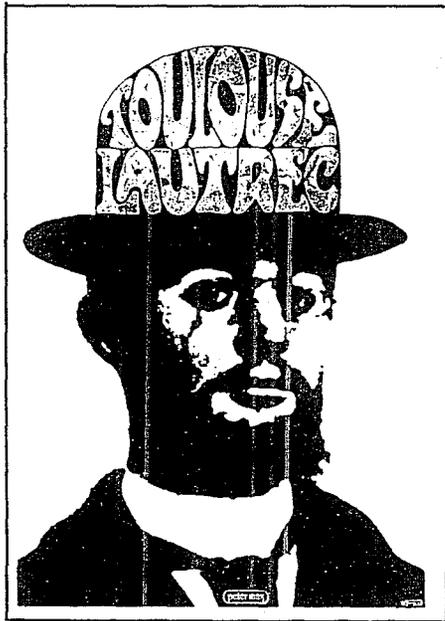
El Cartel surge a finales del siglo pasado, mas como un medio artístico, que publicitario, dejando las galerías de arte para elegir los muros de la calle.

El primer Cartel Impreso e ilustrado que se conoce es francés, fué hecho en 1482 y anunciaba; " El gran perdón de Nuestra Señora de París".

Alemania fué el primer país que aplicó los tonos vivos en sus carteles.

A principios de siglo, realizar un cartel publicitario era una empresa ardua y laboriosa. La técnica que se usaba en aquella época era la cromolitografía que se había perfeccionado en los primeros veinte años del siglo XIX. Con esta técnica se realizaron los famosos carteles de Jules Cheret y de Henri Toulouse Lautrec.







Las características de los primeros carteles eran: formas, figuras humanas, carnavales, anuncios de cabaret, pantomimas, rasgos suaves y delicados; colores tenues y transparentes, delineados con negro. Algunos estaban cargados de tipografía.

Para reproducir trabajos a color en cromolitografía había que preparar tantas planchas de piedra grabadas como colores se necesitaban; para la impresión era preciso pasar varias veces la hoja de papel sobre la matriz de piedra, cuidando de que los colores casaran perfectamente.

Así pues, había tres figuras fundamentales; el tipógrafo, el artista, y el litógrafo. El primero, maestro en el arte de la composición y de la impresión, tenía la tarea de elegir los caracteres. El segundo, que a menudo era un pintor profesional, se ocupaba de la imagen. El tercero debía preparar las matrices de piedra y ocuparse de la impresión. El dibujo se reducía a lo esencial; por ejemplo: Tanto las luces como las sombras se eliminaban con las medias tintas.

Hubo una marcada dependencia de el Cartel con respecto a los diferentes medios estéticos de este siglo, como fueron, el ART NOUVEAU, EL SIMBOLISMO, EL SURREALISMO, EL EXPRESIONISMO, EL FORMALISMO, y hasta el POP-ART.





En los años cuarenta y cincuenta, se produjo un cambio de estilo, ahora la influencia del cine era mayor sobre los carteles, las imágenes son descriptivas y estilizadas, abstractas o realistas, sin ser lo uno o lo otro.



"MEN WOULD RATHER HAVE THEIR
FILL OF SLEEP, LOVE, AND SINGING
AND DANCING THAN OF WAR," SAID
HOMER. THE EDITORS OF AVANT-
GARDE AGREE, AND DO HEREBY
ISSUE A CALL FOR ENTRIES FOR
AN INTERNATIONAL POSTER COM-
PETITION BASED ON THE THEME:

NO MORE WAR

Judges: Richard Avedon, Leonard Baskin, Alexander Cal-
der, Milton Glaser, Art Kane, Jack Levine, Herb Lubalin,
Dwight Macdonald, Robert Motherwell, Robert Rauschenberg,
Larry Rivers, Ben Shahn, Edward Steichen & Sean Wilson.

TIPOS DE CARTEL



a) Culturales:

Dan a conocer toda clase de eventos por realizar y sucesos actuales o pasados. Por ejemplo: carteles sobre conferencias, música, teatro, campañas, eventos conmemorativos, etc.

b) Políticos:

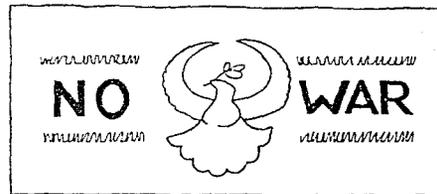
Buscan promover un partido político y los servicios del mismo. Por ejemplo: carteles de elecciones de distintos partidos, reuniones, conferencias. Su fin no es lucrativo.

c) Deportivos:

Tratan de inducir al mejoramiento de la salud o la mente, haciendo ejercicio y practicando el deporte. Así como motivar el entusiasmo a los eventos deportivos, ejemplo: carteles de olimpiadas, de eventos deportivos escolares, clubs, etc.

Las imágenes que se pueden utilizar en el diseño, son de dos tipos: ilustraciones y fotografías, su función será la de llamar la atención o para explicar, informar o ilustrar algún concepto. El diseñador debe saber explotar al máximo las imágenes utilizadas, para que se comprenda perfectamente el mensaje a enviar.





Turísticos:

Su función es promover el turismo de ciertos lugares o zonas. Por ejemplo: Carteles sobre Playas, Museos, Pueblos, Ciudades, Parques. O sobre costumbres de los habitantes de cierto lugar.

Comerciales:

Tratan de promover un producto o servicio con fines de lucro, existen 2 tipos:

- 1) REPRESENTATIVOS: Solo buscan presentar el producto.
- 2) PREDICATIVOS: Dan a conocer las características o cualidades de un producto o servicio

Durante la década de los sesentas y setentas, con el interés de lo extravagante las imágenes de los carteles se hicieron más atractivas y con fantasías desbordantes.





HIPODROMO DE LAS AMERICAS

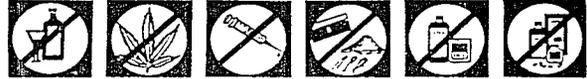
!!!LOS MEJORES EJEMPLARES EN ACCION!!!

HANDICAP DE LAS AMERICAS

!!!EL CLASICO DE CLASICOS!!!



CLASIFICACION DE LOS CARTELES SEGUN SU FUNCION



Pictóricos

Se realizan en varias técnicas como gouache pastel, óleo, acuarela, tintas, etc. son muy reales, son mas artísticos que gráficos, ricos en detalles. Pueden ser impresos en offset o serigrafía.

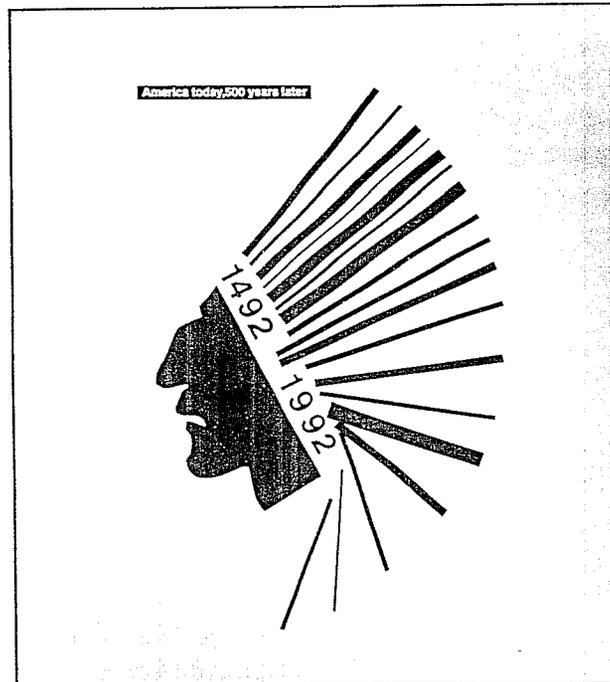
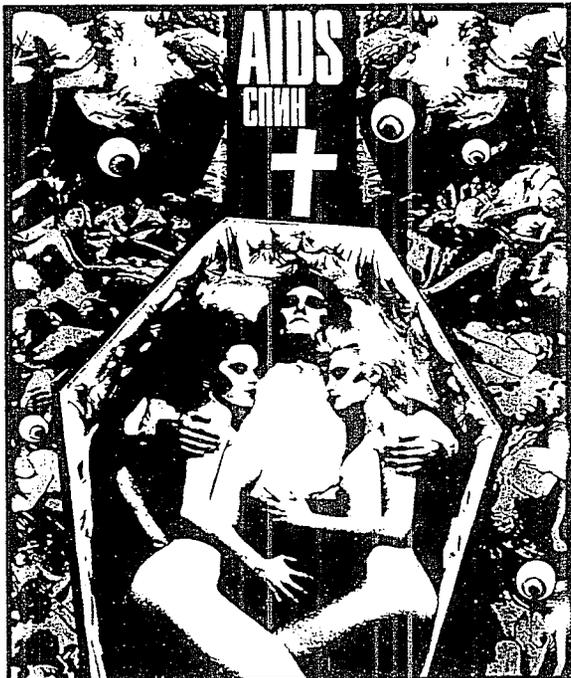
Fotográficos

Se utiliza fotografía, utilizando filtros o trucos para lograr que los efectos especiales sean muy creativos. Se puede integrar la fotografía con elementos gráficos, tipográficos, etc. Pueden ser impresos en offset o serigrafía.

Gráficos

Su diseño es sencillo pero llamativo. Se busca una simplificación de formas para que la lectura visual del mensaje sea mas fácil y rápida. Se realizan con líneas, plastas, formas, etc.. Son elaborados con gouache, pastel, tintas, etc.. Pueden ser impresos en offset o serigrafía.







Tipográficos

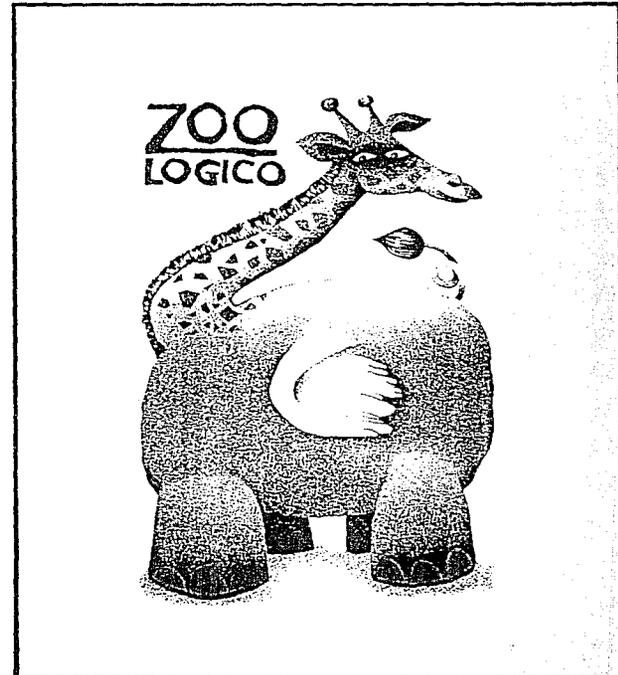
Carecen de imagen, solo utilizan tipografía, en la que tiene importancia, la variedad, el color y el diseño. Tienen un gran impacto, si son bien elaborados. Se realizan en varias técnicas y se imprimen en offset o serigrafía.

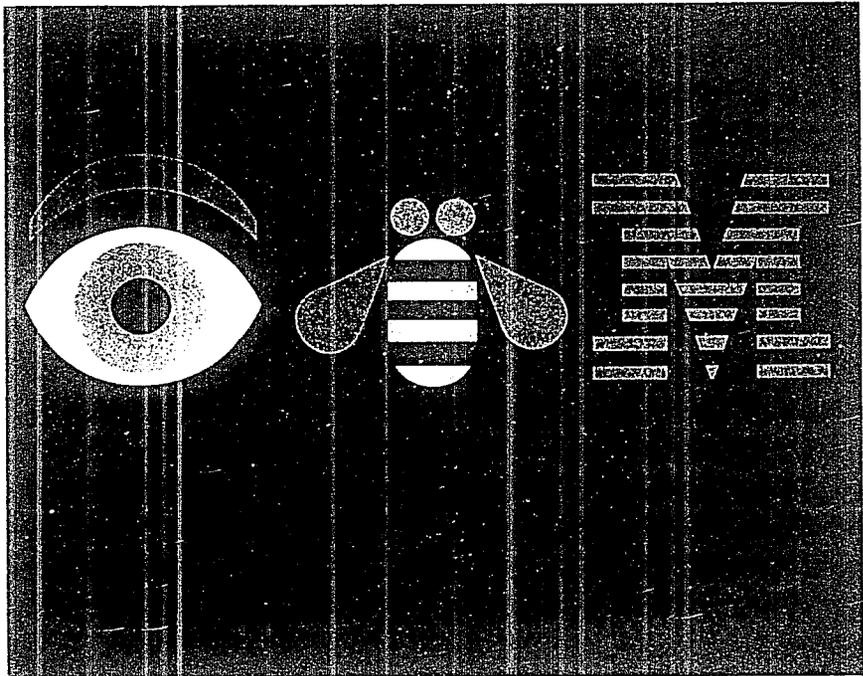
Elementos físicos:

Ha de llamar la atención, debe ser un grito en la pared, los elementos físicos que provocan la atención son :

a) Imagen

Es la idea en su mínima expresión gráfica y debe ser muy clara, utilizando formas naturales, geométricas o abstractas.







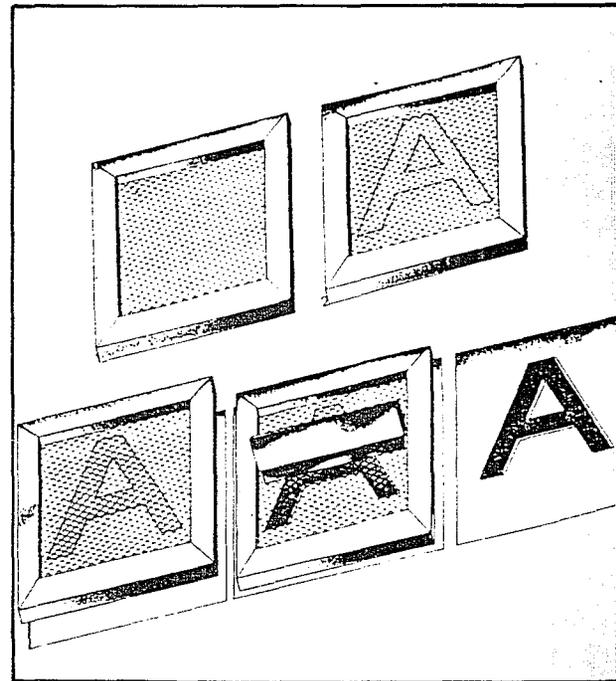
Serigrafía:

Proceso mediante el cual con la ayuda de un rasero se hace pasar tinta a través de una malla de seda, Nylon o Poliester, montada en un bastidor de madera, la malla permite el paso de tinta por ciertas áreas e impide el paso por otras, que se encuentran bloqueadas.

Cuanto más fina sea el tejido de la malla, más fina será la imagen, se puede bloquear con plantillas o con sustancias químicas (bicromato + emulsión).

Se pueden usar tintas brillantes o mates, existe una gran variedad. Esta técnica es adecuada para hacer impresiones de fotografías en alto OFFSET contraste o dibujos por plastas de color.

Los volúmenes se pueden hacer a base de líneas, sombras y plastas, se pueden aplicar texturas con aerógrafo.





VENTAJAS DE LA SERIGRAFIA

Es de muy bajo costo.

Los colores con que imprimes pueden ser mates o brillantes y en gran variedad de tonos.

Imprime sobre los más variados materiales: papel, cartoncillo, cartón, plástico, hule, tela, madera, vidrio, metal, piel, etc..

No requiere de maquinaria.

No requiere de instalaciones costosas.

El equipo lo puedes preparar tu mismo.

Puedes imprimir con facilidad y rapidez de 25 a 50 ejemplares.

DESVENTAJAS

- La serigrafía sólo puede adaptarse a los trabajos de tiradas cortas
- Las prensas funcionan lentamente y gran parte de la producción se lleva a cabo por métodos manuales.



**NADIE TE VA A
SALVAR SI NO
QUIERES**



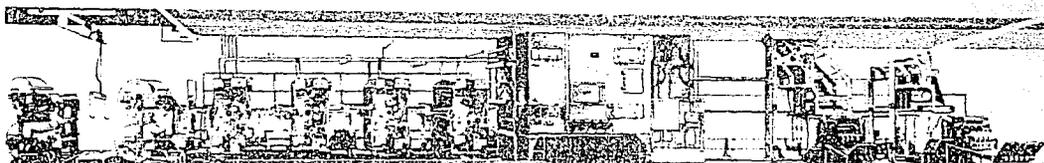
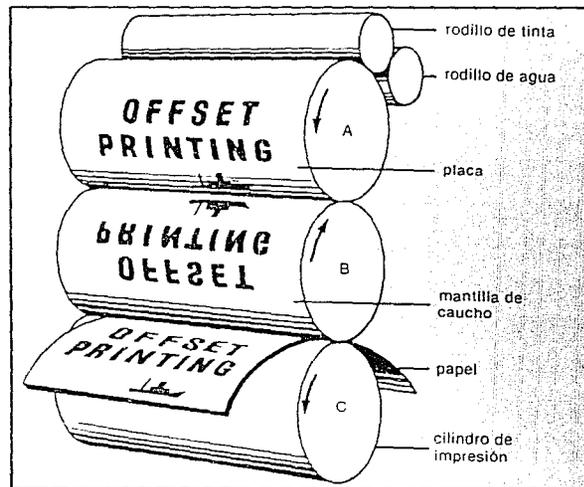


Offset: Proceso basado en las características de incompatibilidad entre la Tinta, Grasa y Agua.

La superficie que reproduce la imagen o texto, acepta la tinta-grasa, e imprime, mientras que las zonas blancas restantes, aceptan el agua y repelen la tinta, por lo tanto no imprimen.

Las placas impresoras en offset son de metal y preparadas por procesos fotográficos, son impresoras mediante una película positiva, tomada del original.

En este proceso de impresión se conjuga la calidad con la rapidez, se puede reproducir cualquier color, tono o mezcla de colores con precisión fotográfica.



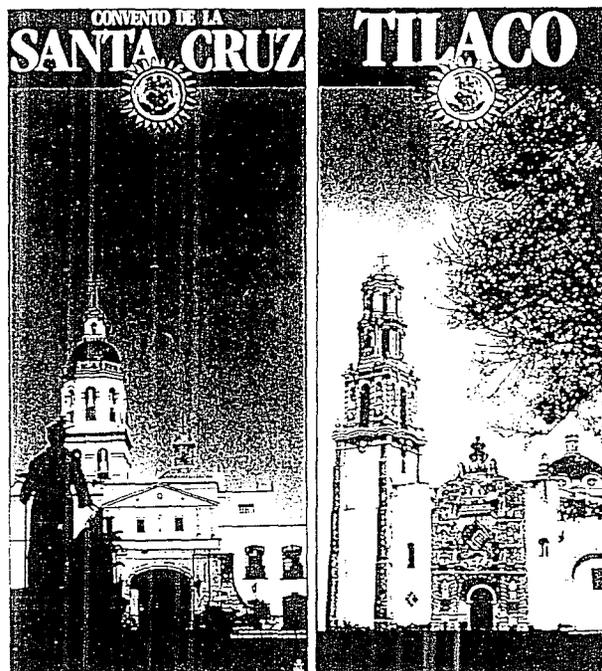


VENTAJAS

- Las ilustraciones no plantean problemas especiales si son de línea se tratan como el texto.
- el montaje del material impreso puede hacerlo el propio diseñador y obtendrá más beneficio de ella cuando más completo sea.
 - el volumen y peso de las cajas de metal y la laboriosa composición manual se sustituyen por un proceso fotográfico.
 - Es el mejor procedimiento cuando las ilustraciones son muchas
 - Los dibujos a lápiz que están puntillados se imprimen mejor en offset.
 - Los medios tonos o planchas que tengan varios matices o tonos se pueden imprimir en papel rugoso.
 - Se pasa menos tiempo en poner las prensas de offset para que impriman

DESVENTAJAS

- Una vez terminada la plancha litográfica cualquier cambio supone hacerla completa nuevamente sólo es posible eliminar material pero no añadir ni cambiar.
 - Si se desea cambiar el margen entre tiradas hay que hacer planchas nuevas.
 - Hay algunos materiales como el cartón grueso o metalizado incompatibles con la litografía.





Reproducción de color:

Existen carteles impresos mediante tintas planas y carteles con tintas degradadas.

La reproducción de carteles con tintas planas es aquella donde el cartel original se pintó con colores francos, sin degradados. Conociendo la teoría de los colores, sabemos que la mezcla de los colores primarios; (Azul, Cyan, Magenta y Amarillo) nos darán un total de 7 colores, los colores primarios más los secundarios (Azul Oscuro, Verde y Rojo) y el negro al encimar los colores primarios. Los clisés para reproducir un cartel a tintas planas son llamados PLUMAS Clise o, Grabado Pluma.

El cartel impreso con tintas degradadas implica hacer un juego de grabados o clisés tramados, por una serie de puntos, dispuestos regularmente y con un grosor o intensidad de color a reproducir. Se puede reproducir teóricamente todos los colores de la naturaleza con solo tres tintas.





Un juego de tres grabados, destinado a imprimir con las tintas mencionadas recibe el nombre de TRICOMIA, de cuatro es llamado CUATRICOMIA.



MEDIDAS DE PAPEL

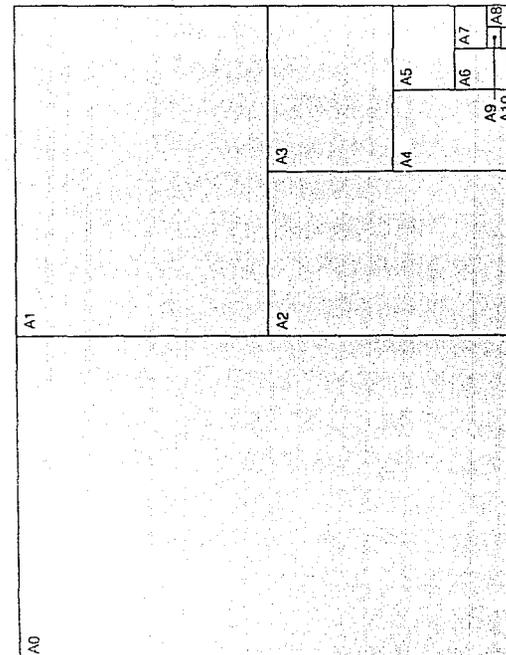


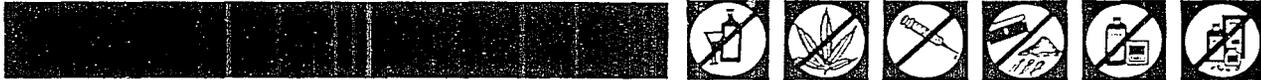
Para compaginar, ya sea en diseño gráfico publicitario o en editorial, se siguen las mismas reglas: la subdivisión de los espacios debe ser realizada conforme a cánones casi tan antiguos como la imprenta. Lo primero que hay que tener presente es el formato, entendido como espacio papel y como espacio-texto-imagen y, por tanto, la relación que debe existir entre ellos.

El formato del papel es el primer elemento que hay que considerar.

Los formatos armónicos de la hojas

Para la prensa se prefieren los formatos rectangulares por que permiten mayores posibilidades de utilización y reducción de las pérdidas. Es importante construir un formato armónico sobre el que se tenga que trabajar después: ópticamente estará siempre bien equilibrado y será también más manejable. El rectángulo perfecto (llamado también puerta de oro) se obtiene sobre la base de un cuadrado cuya diagonal determina el lado mayor, como en el dibujo inferior, la relación entre los dos lados es 1:1,414 la misma de los formatos DIN.





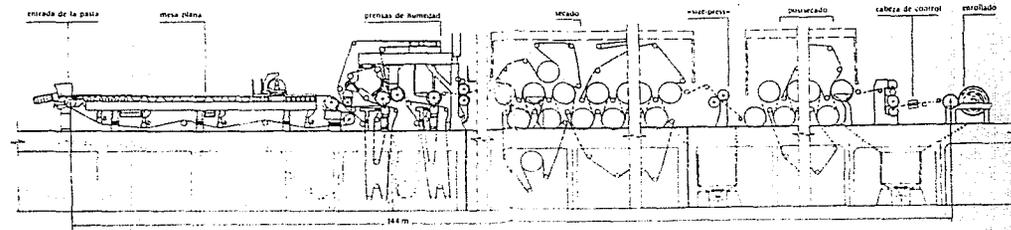
Libros , revistas y carteles presentan a menudo medidas estandares que se adaptan a los formatos comerciales de papel y a las medidas de las máquinas de imprimir. Sin embargo, los formatos de papel que rigen en la CE no son los mismos que se utilizan habitualmente en España. De estos últimos los más empleados son : 70 X 100 cm. y 100 X 140 cm. (o bien 65 X 90 y 90 X 130) para ediciones 64 X 88 cm para impresos varios y ediciones; 65 X 90 cm para impresos comerciales; 56 X 88 para papeles especiales; 50 X 65 cm para cartulinas bristol; 52 X 70 y 75 X 105 para cartoncillos.

Los países que siguen el sistema métrico decimal han adoptado para los formatos de papel el sistema conocido como DIN.

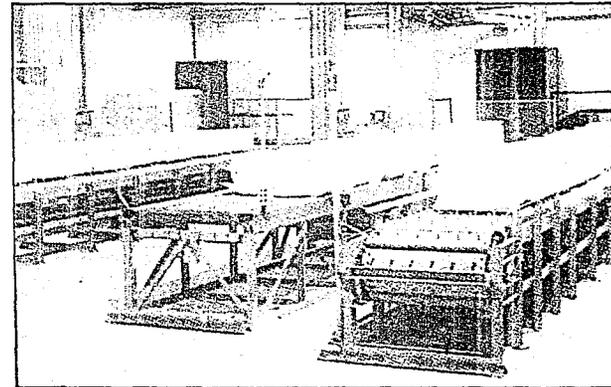
Las características de estos formatos es que la hoja dividida paralelamente al lado más corto, mantiene invariable la relación entre los lados del rectángulo; dicha relación es la existente entre el lado de un cuadrado y su diagonal, es decir, 1:1,414.

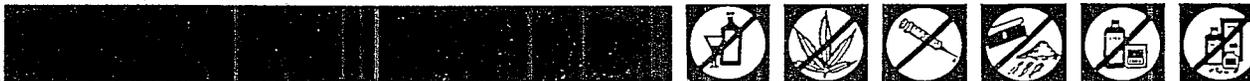
Conforme a las normas DIN, la unificación de los formatos comprende tres series; una fundamental (A), que adopta los formatos acabados para los productos gráficos más comunes, y dos auxiliares (B o C), que aportan los formatos acabados para productos como sobres o bolsas y que pueden incluir los formatos de la serie A.





Para indicar los formatos se usan los símbolos A, B y C, seguidos de un número que indica las veces que se ha plegado por la mitad el formato base para obtener el deseado, por ejemplo, A3 significa que el formato base se ha doblado tres veces. Es muy importante conocer los formatos disponibles para utilizarlos mejor. Un buen diseñador gráfico, es decir, un profesional serio sabe que todo lo que se imprime no debe dar lugar a grandes recortes de papel cuando la hoja sea cortada en su formato definitivo. En la figura se han reproducido los formatos de papel más corrientes que se pueden encontrar en los comercios. De todas formas, al principio aconsejo consultar al impresor y decidir que formato utilizar.





Es importante mencionar que en esa etapa se desconocía la naturaleza del fenómeno, así como su magnitud real en el país, ya que se carecerá de información estadística específica; el enfoque del trabajo se centro en la actividad asistencial, prestandose el servicio de consulta externa a farmacodependientes desde una concepción exclusivamente psiquiátrica.

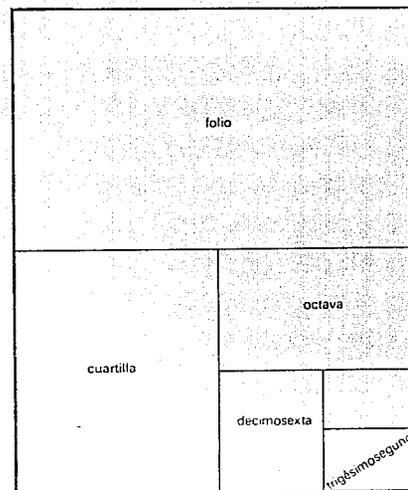
PAPEL ADECUADO PARA LA IMPRESION EN LITOGRAFIA OFFSET

Para la impresión en offset tenemos que son buenos y apropiados el couché a dos caras, una cara, mate paloma, clásico, bond, cartulina y cartoncillos.

Los papeles couchés tienen la siguiente escala de pesos: 17, 20, 23, 27, 31.5, 36, 40, 4'6 y 55 kilogramos por quinientas hojas de la medida 63.5 x 96.5 centímetros.

Otro de los puntos importantes que hay que tomar en cuenta para poder solicitar determinado tipo de papel, es cómo vamos a calcular el corte al tamaño deseado, tomándolo de una hoja o pliego de mayor tamaño.

Para poder producir un impreso, hay que tomar en cuenta la medida de papel cuya hoja en grande no vaya a tener desperdicio.



Para esto se debe tomar en cuenta que al papel impreso se debe dejar un margen de desperdicio de tres a seis milímetros como máximo por cada lado del impreso.

84



Conclusiones



Para ello se apoyará en toda una serie de medios de comunicación como pueden ser: TV, cine, radio, prensa, carteles, folletos, etc..

De todos los medios impresos, considero al cartel como uno de los medios más importantes y, de mayor impacto para enviar un mensaje, pues su carácter puede ser formativo e informativo. El cartel como medio de difusión posee un público determinado, con unas características concretas y es un medio muy flexible.

En esta campaña se elaboraran una serie de carteles cuyo objetivo esencial será crear una mayor conciencia sobre el gran problema que representan las drogas.

Desde sus inicios, el Diseño Gráfico ha demostrado lo importante y trascendente que es nuestra sociedad. El hombre siempre ha necesitado comunicar algo, el empresario, el profesionalista, el político y las instituciones sociales o culturales, cualquiera de ellos puede apoyarse en un Diseñador gráfico, el cual además de poseer los conocimientos teóricos sobre determinado tema, tiene la capacidad de poder aplicar la metodología más adecuada de acuerdo al problema a resolver.

Su campo de acción es muy amplio, lo mismo puede llevar a cabo una campaña de promoción turística, política o cultural, que una campaña con determinada Institución social para lograr un beneficio en común.

Como podemos ver la farmacodependencia es un grave problema, porque está afectando no sólo a un público adulto, sino también a un gran sector de niños y jóvenes que podrían tener mejores opciones para vivir. Aunado al hecho de que Uruapan no cuenta con ningún Centro de Integración Juvenil o de rehabilitación para personas con este problema.

Esta campaña, tal vez no solucione el problema total, pero si puede ayudar a tomar conciencia del daño irreparable que ocasionan las drogas. Si sumamos esfuerzos, considero que tendríamos la oportunidad de disminuir el gran número de personas que viven en un mundo superficial, utópico y sin mañana.



Para que una campaña de éstas funcione, es necesario apoyarla con otros medios de comunicación. En este caso se complementará con un folleto informativo y explicativo en donde se den datos más concretos sobre cómo ayudar a quien se encuentre en este problema, proporcionándole direcciones y teléfonos de lugares a donde pueda dirigirse para que le ayuden. Además se elaborará un anuncio de prensa y algunas calcomanías para que la campaña tenga una estructura más fuerte y sea más completo.



Segunda Parte

INTRODUCCION



Los medios de comunicación masiva, sin duda alguna, son los más adecuados para intervenir en la tarea de informar y prevenir sobre todos aquellos problemas de índole social que se dan en nuestra sociedad.

Partiendo de la anterior premisa considero que una de las funciones más importantes que realizan los comunicadores, aparte de la de mantener bien informada a la opinión pública, es la de introducir en el receptor, toda una serie de valores ético-morales que lo induzcan a la acción constructiva en el interior de la comunidad.

Por lo tanto la Campaña tiene como objetivo principal la prevención de la farmacodependencia, a través de carteles, folletos, anuncios de prensa y calcomanías.

Esta prevención se llevará a cabo mediante la concientización del sector público involucrado en el problema, ya sea de manera directa e indirecta.

La Campaña estará dirigida al núcleo familiar, haciendo especial énfasis en aquellas familias con hijos pequeños y adolescentes pues estos son un blanco fácil de las drogas. Inicialmente la Campaña tendrá una aplicación a nivel local.

Buscando mejores resultados en su aplicación fue por lo que se decidió que no sólo fuera con carteles, sino, que abarcará otros medios de comunicación.

La Campaña será apoyada por pláticas y conferencias con alumnos de escuelas primarias y secundarias por un lado, y por el otro, con los padres de familia para así promover la salud e integración familiar concientizando a ésta última sobre el peligro de las drogas en la niñez y la adolescencia.

La Campaña puede ser patrocinada tanto por una institución gubernamental (DIF, PGR, ISSTE, IMSS, etc), como también por alguna Institución particular, como en este caso lo es el Club Rotario de Uruapan, el cual puede apoyarse, además por Rotary Internacional y poder solventar así los gastos que ocasione este proyecto.

Después de haber realizado la primera parte de la presente Tesis, investigando y conociendo a fondo el problema, se llevará a cabo la aportación o solución gráfica que se ha considerado como la más adecuada.

DESARROLLO DEL PROYECTO



Se eligió el Cartel como uno de los medios a utilizar por encontrarse presente en nuestro entorno visual diario, y por ser un elemento básico de cualquier Campaña Promocional o de Concientización Social.

La campaña será apoyada por pláticas y conferencias con alumnos de escuelas primarias y secundarias por un lado, y por el otro, con los padres de familia para así promover la salud e integración familiar, concientizando a esta última sobre el peligro de las drogas en la niñez y en la adolescencia.

Los mensajes han sido organizados de tal manera que se puedan leer fácilmente.

La imagen central es de suma importancia, porque cada una de ellas enmarca el gráfico que se usó para expresar el concepto de drogas, la bolsa de resistol cinco mil en el cartel de "Si aspiras... ¡expiras!" y la hoja de marihuana que aparece en las imágenes del niño.

Los Inhalantes y la Marihuana son las drogas más usadas en esta Comunidad, por ello han sido utilizadas en los Carteles.

Los carteles, folletos y calcomanías serán canalizados en las escuelas y centros de reunión familiar.

Se buscará que los niños, adolescentes o jóvenes aprendan a cuidarse de las drogas, contando con el apoyo y la orientación familiar.



7

LLUVIA DE IDEAS



¿Vale la pena?

Si Aspiras... Expiras

Escucha a tus hijos ¡ORIENTADOS!

¡NO DECIDAS POR OTROS!

Each illustration is accompanied by a set of three horizontal lines and two shaded circles, serving as a template for student responses.

SIMBOLO

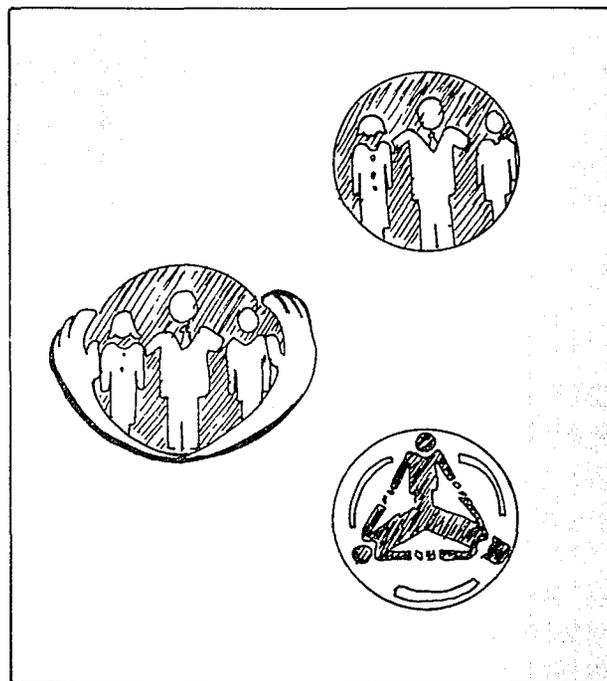


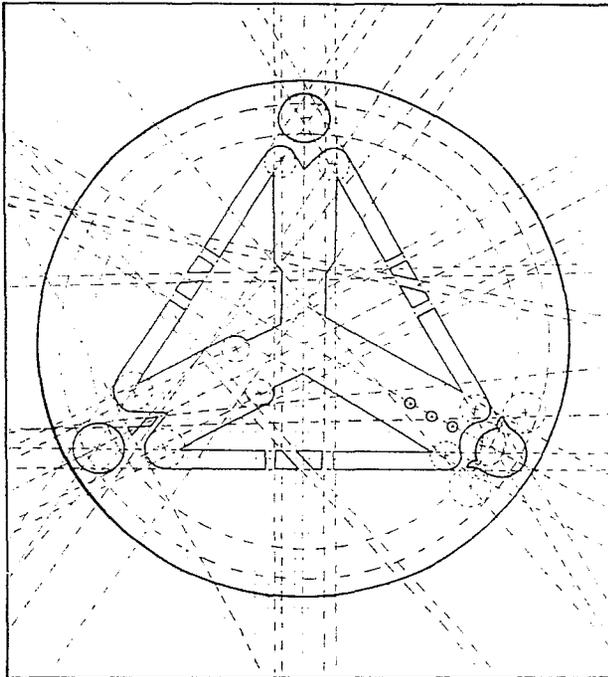
La problemática de la Drogadicción infantil y juvenil en esta localidad, esta determinada por factores como son la desintegración familiar y la falta de atención y afecto por parte de los padres de familia hacia los hijos.

En el logo o símbolo se buscó plasmar tres conceptos indispensables en una buena familia la Integración, la Comprensión y el Amor. Para esto se usaron tres siluetas unidas y tomadas de la mano, buscando simbolizar a los padres de una familia, que son el sosten o apoyo de los hijos.

Las siluetas unidas entre sí, forman un triángulo, el cual siempre ha tenido un significado de equilibrio y armonía. Para reforzar aún más la idea de unión, fuerza, seguridad y protección, encierro las tres siluetas en un círculo.

Con la unión de las figuras se da a entender que si el hijo sufre alguna situación adversa o que si tiene problemas como pueden ser de drogadicción, unidos los integrantes de una familia podrán superar cualquier crisis que se les presente.





POSITIVO



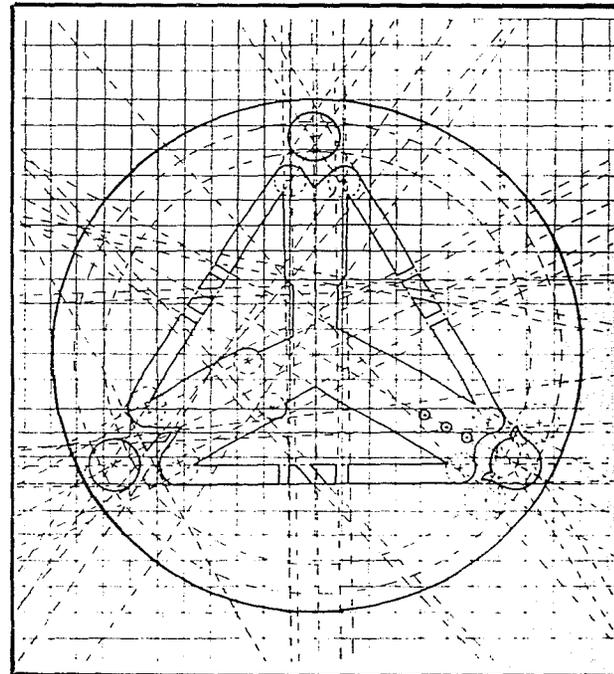
Es una copia o reproducción del original, puede ser de utilidad en posteriores aplicaciones de impresión o de reducciones.

NEGATIVO



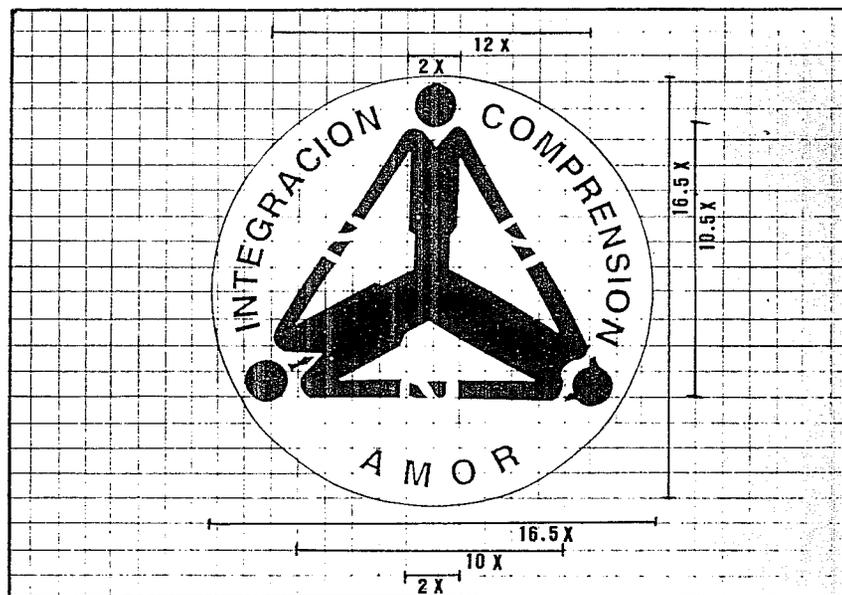
Es una copia con los tonos invertidos, con relación al símbolo original, puede ser de utilidad en posteriores aplicaciones de impresión ó de reducciones.

MATRIZ GEOMETRICA



Esta es de gran utilidad, porque nos permitirá saber como fueron trazadas las líneas o curvas que dieron origen al símbolo o logo.

MATRIZ GRAFICA



Nos facilitará la reproducción, ampliación o reducción del logo, sin que sufra alguna modificación.

ESTUDIO CROMATICO



Se eligieron los colores cuyo pantone son 182 (siena) y el pantone 113 (carne) para dar la impresión de algo armónico.

SLOGAN



**Contra la
Drogadicción ...
¡ Una Familia
Unida es la SOLUCION!**

Está formado por la frase **Contra la Drogadicción...!Una familia unida es la solución !** Complementando con esto, la idea expresada en el símbolo y sintetizando la esencia de la Campaña que busca hacerle ver al público la importancia de un buen ambiente familiar para que se desarrollen sanamente sus hijos.

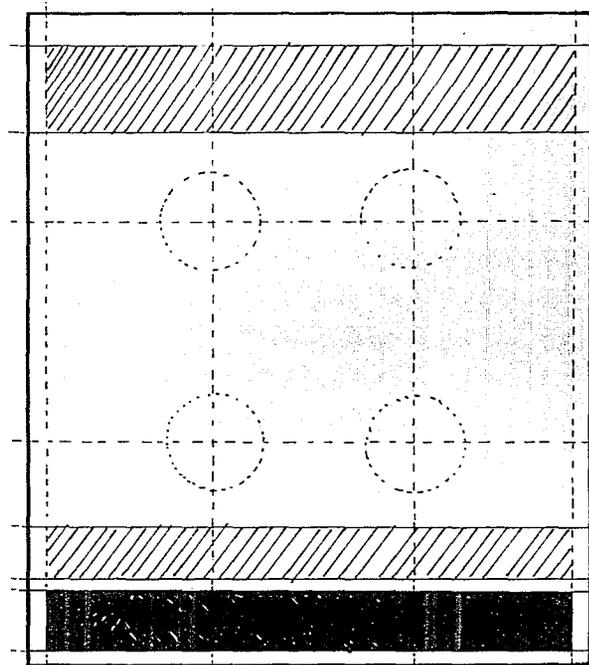
RETICULA Y FORMATO



Se utilizó una retícula muy sencilla pero que permite acomodar los elementos gráficos de tal manera que estos guían visualmente al espectador hacia la información de forma ordenada. Se usó la ley de los tercios para destacar aquellos elementos que buscan llamar la atención del público.

Los carteles presentan una estructura que consta de tres partes: un encabezado, una imagen central y en la parte inferior un subtítulo que forma un bloque con la pleca al final.

El tamaño de los carteles será de 54 x 42, se escogió este formato por que los lugares donde se pegarán los mismos no tendrán mucho tráfico, ya que básicamente se han escogido espacios cerrados como son: Escuelas, cafés, etc...



ESTILO



Se unificaron todos los carteles con la mayoría de los elementos usados. Todos tienen un esfumado de arriba hacia abajo, ya que la intención de esto es que conforme el lector vaya avanzando en la lectura del cartel, los elementos gráficos vayan destacándose más.

Para llevar a cabo la resolución de la imagen en alto contraste, se tomaron fotografías con personas que sirvieron de modelo y facilitar así, la estilización de las mismas, salvo en el cartel de identificación.

El alto contraste se eligió por considerarlo el más conveniente, ya que son imágenes con un gran peso y mucho impacto visual de acuerdo al tema.

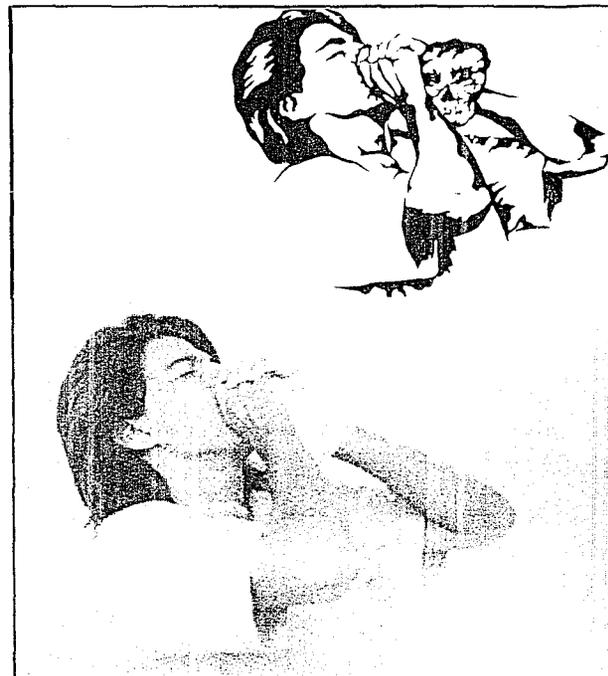
Las frases llevan implícito el carácter de peligro ó prohibición.

Todos los carteles conservan el mismo estilo, para que sean fácilmente reconocibles en la campaña.

Tienen una pleca en donde el símbolo de la campaña y el organismo patrocinador poseen un lugar relevante.

La pleca junto a este texto se definió así para usarse como un elemento que le dé unidad a todos los carteles.

Los colores del símbolo le dan al cartel un mayor colorido y atrae más.









Las Drogas ...
¡ no son un juego !

¡NO dejes que tus hijos !
sean una Víctima más !



TIPOGRAFIA



Si Aspiras ...
¡ EXPIRAS !

¡ NO desperdicies tu vida!
en las Drogas!



La tipografía se escogió por lo ancho de su cuerpo y el peso gráfico que esto implica, sus vértices agudos y no redondos le dan un sentido de rigidez. Esta fue la característica principal para su elección.

Las dimensiones de las cabezas cambian según sea la importancia que tengan en el cartel.

Ardvark (ACHEN Bold)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 123456

Las Drogas ...
¡ no son un juego !

Las Drogas ...
¡ no son un juego !

SIGNIFICADO DE COLORES



Azul oscuro: significa tranquilidad, pasividad, serenidad, paz, lealtad, relacionado con la profundidad del sentimiento.
 Amarillo claro: representa luz, sol, vida, simboliza fuerza y estímulo.

Rojo: significa sangre, fuego, simboliza peligro.

Buscando unidad en toda la Campaña en cuanto a los colores usados, se eligieron el rojo, cuyo pantone es 234, por su asociación con cuestiones de peligro o prohibición y el azul con pantone 144, elegido para contrastar con los fondos escogidos.

Se pensó en usar el color negro como color principal para la impresión de las figuras centrales, sólo que se desechó por el dramatismo que le daba a los carteles. Como estos se usarán para apoyar pláticas y conferencias con niños, adolescentes y padres de familia, se decidió usar el azul, lográndose con este color un impacto visual más adecuado al público que recibirá estos mensajes.

PANTONE 243	PANTONE 245	PANTONE 251	PANTONE 252	PANTONE 246
PANTONE 521	PANTONE 528	PANTONE 265	PANTONE 258	PANTONE Purple
PANTONE 542	PANTONE Blue 572	PANTONE Turques Blue	PANTONE 290	PANTONE 296
PANTONE 252	PANTONE 279	PANTONE 293	PANTONE 294	PANTONE 541
PANTONE 296	PANTONE 299	PANTONE 300	PANTONE 301	PANTONE 348

Escucha a tus hijos ¡ Oriéntalos !

¡NO los dejes solos contra las Drogas!

Si Aspiras ... ¡ EXPIRAS !

¡NO desperdices tu vida en las Drogas!

CARTELES



Contra la Drogadicción ...!Una familia unida es la solución!

Su función es la Identificación de la Campaña y servirá para que el lector asocie el logotipo o el símbolo con el resto de elementos o medios publicitarios que complementan esta.

Como fondo se escogió un tono degradado de amarillo claro cuyo pantone es 194%. Este color tiene un significado de luz, sol, vida y simboliza fuerza, estímulo y esperanza, buscando con esto dar a entender que la Campaña lleva implícitas estas características.

La imagen del logo tiene dibujados algunos brillos para provocar una mayor atención sobre de él.

En cuanto a la tipografía, se juega un poco con los tamaños, creciendo al doble la letra inicial como una capitular, se hizo esto para atraer la atención del lector y brindarle un punto de referencia para empezar a leer el cartel. El contorno de esta letra ha sido impreso en otro color por la misma razón.

La frase ubicada en la parte inferior también tiene estas características.

Contra la Drogadicción ...

¡Una Familia Unida es la SOLUCION!

PPA
ADEPAR



Las Drogas . . . !no son un juego!

En este cartel, la frase principal o encabezado busca dar a entender lo fácil y peligroso que puede ser entrar en el mundo de las drogas cuando no se tiene información adecuada sobre el grave daño que pueden ocasionar si se consumen. Siendo como en este caso los niños y los adolescentes una víctima potencial de ellas.

La intención es impactar a los padres de familia, escogiendo para ello la imagen de un niño y colocándole una hoja de marihuana en las manos. Se usa éste símbolo porque es más fácil que alguien identifique lo que representa dicha hoja. Ya que a través del tiempo hemos adquirido una serie de símbolos con sus respectivos significados, así que cuando uno ve una hoja de marihuana, inmediatamente la asociamos con drogas.

El cartelista Rafael López Castro dice que lo importante es la idea y que todo tiene un símbolo para el ser humano.

En la imagen del cartel el niño tiene a su alrededor una serie de juguetes inofensivos y propios de su edad, contrastando éstos con lo que tiene en sus manos.

El cartel dirigido a los padres trata de alertarlos sobre lo indefenso que puede estar un niño ante estos peligros. La hoja destaca por su color. Para llamar la atención del lector, la frase !No dejes que tus hijos sean una víctima más! Es una advertencia a los padres para que guíen y eduquen a sus hijos.

**Las Drogas ...
¡no son un juego !**

**¡NO dejes que tus hijos!
sean una Víctima más !**

Logos: P.G.R. (Procuraduría General de la República), ADEFAR (Asociación de Fabricantes de Alimentos y Bebidas de México), and a circular logo with a triangle.



Si Aspiras . . . ! Expiras !

Con esta frase corta se busca sintetizar el peligro que acarrea el uso de inhalantes.

Este cartel está dirigido más al protagonista del problema, el drogadicto, que a sus padres.

La frase acompañada de la imagen, lo dice todo. Si haces esto . . . Te pasa esto.

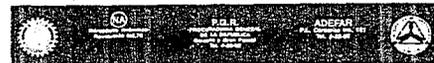
La inclinación de la imagen completa más la acción que está realizando el joven.

Se le dió la apariencia de una calavera a la bolsa que contiene la sustancia inhalada para dar a entender que se está aspirando Muerte

**Si Aspiras ...
¡ EXPIRAS !**



**¡ NO desperdices tu vida !
en las Drogas !**





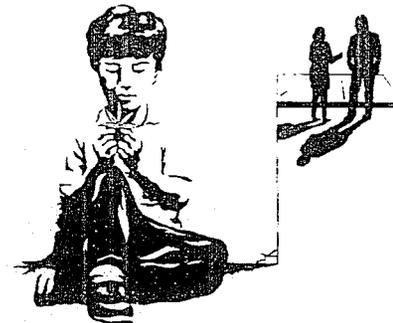
Escucha a tus hijos !Oriéntalos!

La intención de este cartel es motivar a los padres para que establezcan una relación sana y positiva con sus hijos, expresando en el mismo, el concepto de un hogar desintegrado, plasmando la imagen de un niño en primer plano, como si estuviera detrás de una pared. Su expresión es como de aislamiento y soledad. Y tal vez preguntándose si encontrará algo que compense su soledad. Al fondo se colocaron dos siluetas dando la intención de que están muy ajenos a la acción que pretende llevar a cabo el niño.

La frase ! No los dejes solos contra las drogas ! Es una advertencia hacia los padres para que escuchen, comprendan y orienten a sus hijos, ya que en ésta etapa de su vida el niño puede ser un blanco fácil de la farmacodependencia.

El elemento de interés, o sea la hoja de marihuana, tiene un color que le permite ocupar la atención del lector.

Escucha a tus hijos ; Oriéntalos !



¡NO los dejes solos contra las Drogas!



FOLLETO



El formato elegido es un tríptico tamaño oficio, escogiéndose así para que el acomodo de las imágenes y los bloques de texto no estuvieran amontonados, es un folleto práctico y funcional.

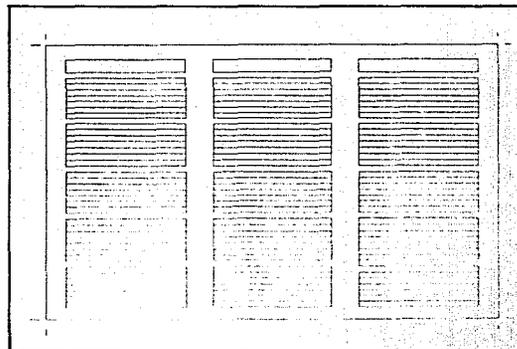
Posee en la portada el mismo estilo de tipografía utilizada en los carteles, a decir verdad es el mismo concepto del cartel de identificación de la Campaña para conservar la unidad.

Las imágenes usadas en los carteles han sido ajustadas en sus dimensiones para acomodarlas de tal manera que su esencia no pierda impacto en el folleto.

La pleca de los carteles se usó en el folleto también para remarcar las interrogantes que se plantean, como son:

¿ Qué es una droga ? ¿ Por qué los jóvenes se drogan ?
¿ Qué podemos hacer ? ¿ A dónde acudir ?

Se conservan los mismos colores usados en los carteles



La reíícula donde se distribuyó la información es de tres columnas, con cinco módulos y en la parte superior una pleca con los títulos calados

La tipografía es Switzerland para los textos grandes y se conserva la letra capitular en Aarvark al inicio de cada mancha tipográfica.



¿Por que los jóvenes se drogan?



Quando los jóvenes no poseen una adecuada sensibilidad o las habilidades y capacidades necesarias para responder positivamente a los conflictos familiares, sociales e individuales que se les presentan, son presa fácil de sentimientos de angustia o depresivos, pudiendo ser muy fácilmente influenciados por otros.

Buscando disminuir la angustia que los abruma y queriendo evadir los problemas que se les presentan como insalvables, entran en contacto con las Drogas.

No existe una causa única en este problema, ya que intervienen factores de índole personal, familiar y social. La relación directa de estos factores y el hecho de que el adolescente no está apto para resolver sus problemas, da lugar a que en vez de buscar solución, los acentúe.

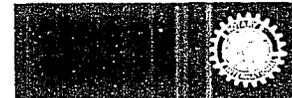
Originando todo lo anterior, que el adolescente lleve a cabo conductas antiescolares, que dañen su salud física y mental.

Contra la Drogadicción ...



¡ Una Familia **SOLUCION!**
Unida es la

Cuapalzo No. 207
Tel. 3-61-76
ADEPAR
P.O. Caracas No. 761
Tel. 4-52-22



¿Qué es una Droga?



Droga o fármaco es toda sustancia que introducida en el organismo vivo, puede modificar una o más de sus funciones.

Se clasifican en 4 grandes grupos:

- Las sustancias que no tienen utilidad médica y que son muy adictivas y peligrosas, por las alteraciones mentales que pueden producir, como: Opio, Heroína, Cocaína, Marihuana, LSD, Hongos Alucinógenos, Etc.
- Las sustancias que son medicamente útiles, como: Tranquilizantes, Sedantes y los Estimulantes.
- Las sustancias que tienen aplicación de carácter médico, como: Morfina.
- Las sustancias usadas en la industria y el hogar, como: El Thinner, Los Acheos, Los Paganentos por Contacto y los Alcoholes.

Todas estas sustancias en mayor o menor grado causan dependencia al organismo.

¿Qué podemos hacer?

El problema de la Drogadicción es un problema de todos. La escuela es un buen lugar para formar hábitos positivos y para esquivar conductas inadecuadas, la orientación que puedan dar los maestros en el área educativa o escolar es muy importante para el desarrollo de las nuevas generaciones.

Los padres de familia deben preparar a sus hijos sana, social y moralmente para que se integren a la sociedad y se desarrollen de manera integral. Deben saber escuchar, y apoyar de manera positiva a sus hijos.



¿A dónde acudir?

DIF (Desarrollo Integral de la Familia)

Es un organismo que busca integrar a la familia platicando con los niños y adolescentes para conocer los motivos o causas que los orillan a Drogarse. Cuenta con trabajadora Social y Psicóloga, ha llevado a cabo campañas de concientización en escuelas, buscando la prevención a este problema.



ADEFAR

Es un organismo que tiene como objetivo disminuir la incidencia y prevalencia de Drogadictos, buscando reducir el consumo de las drogas.

Algunas de sus actividades básicas son:

- Orientar a los padres de familia sobre medidas preventivas de la Drogadicción, buscando fortalecer la función familiar.
- Promover la asistencia social y médica del Drogadicto a través de las dependencias públicas competentes.
- Que la legislación sobre sustancias de uso médico e inyectables tenga un mayor control sobre ellas.
- Buscar mayor participación por parte de la ciudadanía sobre este problema.

NA (Narcóticos Anónimos)

Es un organismo que busca la rehabilitación del Drogadicto a través de un programa que contiene doce pasos.

ANUNCIO DE PRENSA



Se eligió por ser el periódico uno de los medios de mayor circulación y alcance, con grandes espacios para cualquier información y por considerársele un medio complementario para campañas realizadas en otros medios.

En cuanto a la estructura del anuncio se buscó que no perdiera el estilo de la campaña, es por eso que éste es una adaptación de una de las imágenes usadas en los carteles.

Las frases o encabezados han sido usadas de la misma manera, sólo se complementó con otros textos que reforzarán más la idea.

El esfumado de los carteles es aplicado aquí a través de un fondo tramado que va del negro al blanco, creando una imagen muy fuerte en su concepto.

Al igual que en los carteles se hace una advertencia a los padres con la palabra CUIDADO, la cual se ha escrito sobre un recuadro blanco.

Se ha tratado de conservar los rasgos de los carteles, modificando solamente la información que estaba en la pleca, aquí en lugar de llevar los datos de los lugares a dónde se puede acudir, se ha dejado solamente la frase que identifica la Campaña acompañada del símbolo, el cual conserva el mismo lugar que en los carteles.

Los organismos que prestan ayuda a quien pueda tener problemas con las drogas han sido colocados al final y en fondo blanco para que sean visibles perfectamente.

Acusa Presidente a militares de intentar golpe de estado

Las Drogas... ¡no son un juego!

¡CUIDADO!

Tus hijos pueden ser la próxima víctima

Escúchalos Apóyalos

Un momento de vacilación y las drogas pueden destruir sus vidas

Contra la Drogadicción... ¡Una Familia Unida es la SOLUCIÓN!

Muere otro reportero en Croacia

Agotan rumanos una publicación sobre nazismo



**Las Drogas ...
¡no son un juego !**

¡CUIDADO!

Tu hijo puede
ser la próxima víctima

**Escúchalos
Apoyalos**

Un momento de
vacilación y las
drogas pueden
destruir sus vidas

**Contra la Drogadicción ...
¡Una Familia Unida es la SOLUCIÓN!**



P.G.R.
PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR
Y DEFENSA DEL CIUDADANO
FRENTE A LOS ABUSOS
TEL. 6 27 42

ADEFAR
CENTRO DE SALUD
Frente a la U. de C. 200
TEL. 6 27 42

CENTRO DE SALUD
P.O. Central No. 181
P.O. Central No. 181

NA
NARCÓTICOS ANÓNIMOS
BARRIO No. 7

**¿Tienes Problemas
con las Drogas ?**

¡NO ESTAS SOLO!

Tu puedes vencer
tu Adicción.

Ven, Nosotros
te diremos cómo
estamos saliendo
del problema.

Información y
Servicios de:
NARCÓTICOS ANÓNIMOS

**Contra la Drogadicción ...
¡Una Familia Unida es la SOLUCIÓN!**



P.G.R.
PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR
Y DEFENSA DEL CIUDADANO
FRENTE A LOS ABUSOS
TEL. 6 27 42

ADEFAR
CENTRO DE SALUD
Frente a la U. de C. 200
TEL. 6 27 42

CENTRO DE SALUD
P.O. Central No. 181
P.O. Central No. 181

NA
NARCÓTICOS ANÓNIMOS
BARRIO No. 7

CALCOMANIAS



Contra la Drogadicción ...

¡ Una Familia Unida es la SOLUCION!



Son muy versátiles y fáciles de distribuir y aplicar. Se pueden pegar sobre cualquier superficie.

Se consideró conveniente este medio para la Campaña, por ser un excelente instrumento publicitario y como la campaña pretende apoyar pláticas en escuelas, se podrá encontrar en ellas un buen apoyo, ya que pueden ser repartidas entre los jóvenes o niños para que las peguen en sus cuadernos, libros o mochilas.

Los padres de familia pueden pegarlas en sus automóviles, en el cristal posterior del auto o en las defensas.

Se han seleccionado dos tamaños de calcomanias, uno de 5x20 cms. y otro de 8x10 cms.

Se ha buscado conservar en toda la campaña el mismo estilo, así que las calcomanias también tienen un fondo esfumado, una de las imágenes de los carteles y alguno de los encabezados, la tipografía se ha usado de la misma manera

**Si Aspiras ...
¡ EXPIRAS !**



**Contra la Drogadicción ...
¡ Una Familia Unida es la SOLUCION!**



**Contra la Drogadicción ...
¡ Una Familia Unida es la SOLUCION!**



CAPITULO IV

122

COSTOS Y PRESUPUESTOS



HONORARIOS

Hay dos formas de cotizar el costo de honorarios en cuanto a la realización de cualquier trabajo de Diseño:

1) Cobro por horas de diseño :

Este consiste en anotar el tiempo, en horas trabajo que se utilizó para elaborar el diseño, cobrándose cada hora en un precio fijo. Se suma el costo de material que se haya comprado y al final se anexa un 10 % extra.

2) Cobro por una cuota fija:

Aquí el cobro del trabajo de diseño dependerá de la clase del mismo. Existe un enlistado con precios específicos para determinados trabajos, sea este un anuncio de prensa, un logotipo, una etiqueta, una imagen de identidad, etc.

PRODUCCION DE ORIGINALES

Es el mismo sistema que el cobro por honorarios profesionales, sólo que al igual que en un trabajo de diseño, lo más adecuado puede ser el cobro por horas de trabajo.

COSTO DE IMPRESION

El costo de impresión de la Campaña puede sufrir variaciones dependiendo del momento en el cual se lleve a cabo su realización.

Precios hasta agosto de 1993.

1000 Carteles en cartulina bristol de 58 Kg impresos en tres tintas, en medida 35x50	N\$ 850
1000 Carteles impresos en cuatro tintas	N\$ 980
1000 Trípticos en papel bond en tres tintas en tamaño oficina	N\$ 540
1 Anuncio de prensa Robaplana un sólo tiro	N\$ 1300
1000 Calcomanias en couche adherible en tres tintas en tamaño 8x10 cms.	N\$ 740
1000 Calcomanias en dos tintas en couche adherible en tamaño 5x20 cms.	N\$ 690

124

CONCLUSIONES GENERALES



Una comunidad que carece de información y apoyo social para solucionar los problemas que se dan en la sociedad es una comunidad sin futuro, pues no podrá generar una juventud consciente, creativa, sana y productiva, y menos alguna actividad generadora de recursos humanos dispuestos a desarrollarse.

La seguridad que proporcionaría a la comunidad de Uruapan y a sus integrantes, el solucionar el problema de la drogadicción juvenil, es un beneficio que reedituará en un futuro inmediato en la educación y salud de la misma.

Como se dijo en la primera parte, tal vez esta campaña no solucione el problema en su totalidad, pero sí se puede disminuir el enorme número de personas que caen en un mundo superficial, irreal y destructivo.

124

CAPITULO V

Bibliografía

127

128

DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL ----- B. Munari
Editorial Gustavo Gili

COMO DISEÑAR RETICULAS ----- Alan Swan
Editorial Gustavo Gili

DISEÑO ARTE Y FUNCION ----- Jesús Solanas
Editorial Salvat

PRIMERA BIENAL INTERNACIONAL DEL CARTEL 1992

SEGUNDA BIENAL INTERNACIONAL DEL CARTEL 1991
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Trama Visual

GUIA COMPLETA DE GRABADO E IMPRESION ----- John
Dawson
Editorial Herman Blume

CURSO DE DISEÑO GRAFICO
Educar Cultural Recreativa S. A.

HAGA UD MISMO SU DISEÑO GRAFICO ----- John Laing
Editorial Herman Blume

COMO PREPARAR DISEÑOS PARA LA IMPRENTA ----- Lynn
John

GUIA COMPLETA DE ILUSTRACION Y DISEÑO ----- Dalley
Terence
Editorial Herman Blume

DROGAS DE ENTRADA ----- Robert L. Dupont

EL ALCOHOLISMO EN LA JUVENTUD ----- Robert North / R.
Orange

EL ADOLESCENTE EN CRISIS ----- Eva Leutn

DELINCUENCIA JUVENIL URBANA ----- Julio E. Aparicio
Ana María Ramponi

ADOLESCENCIA MARGINAL E INHALANTES ----- Fidel de la
Garza

DI QUE NO A LAS DROGAS ----- Alan Garner
Editorial Grijalbo

LA JUVENTUD Y LAS DROGAS ----- Jorge Llanes

COMUNICACION Y DROGAS ¿QUE DECIR Y COMO? ----- Jorge
Llanes

ESTUDIO SOBRE EL PROBLEMA DE LA DROGADICCION CON
RELACION A LA NIÑEZ Y A LA ADOLESCENCIA DE AMERICA --
- Informe presentado por el Instituto Interamericano del Niño

IDEOLOGIA Y METODOLOGIA DEL DISEÑO ----- Jordi Llovet
Editorial Gustavo Gili