

ESCUELA NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

**“ DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO, LÚDICO E INFORMATIVO SOBRE ADICCIONES
PSICOSOCIALES ”**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Claudia Cruz Mendoza

Director de Tesis: Lic. Ingrid Fugellie Gezan

México, D:F., 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

Diseño de material gráfico, lúdico e informativo sobre adicciones psicosociales



INTRODUCCIÓN

Se vive en una época donde los individuos buscan cada vez más una salida alternativa, para trascender la realidad que muchas veces les es difícil enfrentar por la falta de herramientas para desarrollarse adecuadamente en una sociedad que vive un constante cambio.

Esta vorágine en la que se ve envuelto el sujeto contiene un fenómeno ya conocido: la adicción. Sin embargo, este mismo se ha modificado; surge un tipo de dependencias psicosociales que se proyectan en conductas adictivas, donde la poca tolerancia, la falta de asertividad y la baja autoestima, entre otros, propician que se busque una solución alterna.

Un sinnúmero de factores se asocian a estas conductas, pero existe una cierta ambigüedad que impide identificarlas claramente, pues sus características son a veces minimizadas por la misma sociedad que se torna tolerante frente a ellas.

Pero si hacemos una revisión, ¿quién asegura que cualquier individuo esté libre de caer en este tipo de comportamientos? Acaso, el sexo, el *look*, la moda, las compras, el internet, la comida, el ego, el juego, entre otros, ¿no se transforman en adicciones sí no se controlan y se practican en exceso?

El propósito principal de hacer esta investigación de tesis es informar a un sector de la juventud universitaria sobre estas conductas, para identificarlas y así poder en cierto modo prevenirlas, mediante el desarrollo del diseño de material gráfico, lúdico e informativo sobre adicciones psicosociales, en el marco del **Macroproyecto Desarrollo de Modelos para la Prevención y el Tratamiento de Conductas Adictivas de la UNAM**, concretamente al interior del Proyecto *Visiones y Voces en torno a las Adicciones* de la ENAP.

Esta tesis lleva por título “Diseño de material gráfico, lúdico e informativo sobre adicciones psicosociales” y se integra en cinco capítulos. En el capítulo uno, se realiza una revisión bibliográfica sobre el concepto de adicción psicosocial; se exploran y

seleccionan cuatro adicciones psicosociales: al consumo, a la comida, al sexo, y la ego adicción; se investiga cómo las definen los(las) diferentes autores, así como los riesgos y factores de protección que se asocian a las mismas; y la relación que guardan entre sí, ya que las diferentes adicciones presentan raíces compartidas, de tal manera que terminan en ocasiones en el desencadenamiento exponencial de conductas adictivas e incluso a la ingestión de sustancias psicotrópicas. En este capítulo, se abordara también al Macroproyecto sobre Adicciones de la UNAM, sus características generales y cuáles son las líneas de investigación que se exploran en él. Al mismo tiempo, examinaremos brevemente la propuesta de *Visiones y Voces en torno a las Adicciones* de la ENAP y como está plantea la producción visual, en torno a las adicciones y las características del acervo fotográfico que integra el proyecto, del cual provienen las imágenes destinadas a formar la propuesta gráfica.

En el segundo capítulo, se analiza la importancia de la comunicación gráfica en la sociedad actual y la manera que intervienen en la fotografía como un medio paradigmático de

comunicación visual. Se exploran sus antecedentes y la relación que guarda con los medios impresos.

El tercer capítulo trata sobre los medios de información directa; la definición; formatos; tipografía; color y retículas, elementos que integraran la propuesta de diseño.

El cuarto capítulo exploramos los materiales lúdicos, la intervención con el juego y sus diferentes clasificaciones a fin de definir el tipo de material lúdico se necesitara para los objetivo de este trabajo de investigación. Esta herramienta lúdica debe ser un apoyo en la asimilación y recepción de información del folleto, fungirá como un vínculo reafirmante del conocimiento. El material informativo tiene la finalidad de proporcionar conocimientos específicos sobre aspectos importantes de las adicciones psicosociales, en los jóvenes.

Finalmente, en el capítulo cinco, se aborda la realización del proyecto de diseño de un folleto informativo y el material lúdico estructurando la información y el proceso creativo a realizar, en base a una metodología previamente establecida. Se describe la

manera en que se intervendrá el acervo fotográfico creado por el alumnado de la ENAP para *Visiones y Voces en torno a las Adicciones*, enfatizando el apego a la idea original de autoría, sin perder la esencia misma de la obra, y detonar al máximo las características visuales que enriquecen al texto previamente construido sobre las adicciones psicosociales.

El proyecto de un folleto y el material lúdico que se propone, intenta construirse como recurso informativo para la población juvenil universitaria, a fin de que se use como herramienta para conocer las delgadas líneas que existen entre una adicción y una conducta sana que no altera la vida del individuo en ninguna forma. También podrá ser utilizado en las distintas campañas de prevención de la universidad y como elemento de difusión para el público en general.

ÍNDICE

Introducción

Capítulo 1 Adicciones psicosociales contemporáneas.

- 1.1. Concepto de adicción psicosocial
- 1.2. Tipos de adicciones psicosociales
 - 1.2.1. adicción al sexo
 - 1.2.2. adicción al consumo
 - 1.2.3. adicción a la comida
 - 1.2.4. Ego adicción
- 1.3. Factores de riesgo
- 1.4. Factores de protección
- 1.5. Público al que se dirige la propuesta: La juventud actual
- 1.6. Macroproyecto “Desarrollo de Nuevo Modelos para la Prevención y el Tratamiento de Conductas Adictivas” de la UNAM
- 1.7. Proyecto Visiones y Voces en torno a la Adicciones de la ENAP

Capítulo 2 El folleto como soporte gráfico

- 2.1. Tipos de folleto
- 2.2. Diseño de folletos

Capítulo 3 Material lúdico

3.1 Definición de material lúdico

3.1.1 El juego

3.1.2 Tipos de juego y la intervención del material lúdico

Capítulo 4 Diseño y producción de folleto informativo y material lúdico

4.1 Metodología para el diseño

4.2 Diseño y producción del folleto informativo

4.2.1 Perfil del público al que se dirige

4.2.2 Recopilación y selección de información del folleto

4.2.3 Acervo fotográfico del Proyecto Visiones y Voces en Torno a las Adicciones de la ENAP

4.2.4 Propuestas: Formato, retícula, tipografía

4.2.4.1 Primera propuesta

4.2.1.2 Segunda propuesta

4.3 Material lúdico, recopilación y selección de información

4.3.1 Propuesta gráfica: rompecabezas humano

Conclusiones**Bibliografía****Anexos**

Capítulo 1 Adicciones psicosociales contemporáneas.

Capítulo 1 Adicciones psicosociales contemporáneas.

La posmodernidad que se vive actualmente, trae consigo la liberación del individuo, para elegir entre múltiples opciones lejanas a un orden tradicional; éste se pregunta por la forma en la que desea vivir, lo que conlleva un grado de riesgo muy alto; debido a la falta de orientación, la persona se ve sometida a una constante presión para decidir. Las adicciones son tema universal que no distinguen entre sexo, edad, ni posición social.

La vida del sujeto es afectada por diversos factores y se desarrolla en un medio dentro del que existen constantes peligros; por ejemplo, guerra, desastres naturales, inseguridad, devaluaciones económicas, pérdida de empleo, dificultades en el desempeño escolar; la persona pierde sensibilidad ante los problemas que le rodean y busca en afanes hedonistas la supervivencia. Al tratar de compensar la apatía de la sociedad, intenta encontrarse a sí mismo, por lo que no le es fácil comprometerse con los demás que están

en el mismo círculo; el resultado es un aislamiento social, ya que el humano busca más las prácticas privadas que las colectivas.

A medida que las personas adquieren conocimiento, práctica y experiencia, sus necesidades se incrementan, por lo tanto buscarán satisfacerlas y tendrán acceso a las oportunidades que su educación les permita. Por ejemplo la presión social y laboral, presiona para la ostentación de logros, principalmente los económicos; lo que acentúa la manifestación del Yo. Cuando el nivel de vida mejora, se tiene más tiempo libre; en este momento se busca la felicidad, la autoafirmación día a día. Para Bertrán Russell:” Las causas psicológicas de la infelicidad son muchas y variadas, pero todo tiene algo en común. El hombre típicamente desgraciado es el que, habiendo sido privado en la juventud de alguna satisfacción normal, ha llevado a evaluar unas satisfacciones más que otras y, por lo tanto, ha dado a su vida una dirección única”.¹

¹ Bertrán Russell, *La conquista de la felicidad*, Ed. Espasa Calpe, México, 1980, Pág. 17.

Con frecuencia el individuo tiende a enfocarse sólo en su momento inmediato, pretende ser joven siempre, no soporta el dolor o la enfermedad. Todo esto lo induce o predispone a un sentimiento de vacío; emprendiendo una búsqueda para llenar espacios en su vida, aunque puede perder la objetividad en el trayecto; Bertrand Rusell menciona: “Un hombre puede llegar a sentirse tan contrariado que no busque otras satisfacciones que la distracción y el olvido. Entonces se convierte en un devoto del placer”.² Pero existe la necesidad de satisfacer el cuerpo, incluso si implica dolor. La adicción provoca un goce; efectivamente, cuando se ingieren sustancias, éstas ocupan el lugar de la verdadera necesidad; constituyen un fantasma que oculta la verdadera causa. Según Enrique Echeburúa: “Todas la adicciones acaban por minar la vida de quienes las sufren y de todos los que la rodean”,³ debido a que el sujeto determina su vida en torno a ellas, prefiere

² *Ibid.*, Pág. 18.

³ Enrique Echeburúa, *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: Juego, Sexo, Comida, Compras, Trabajo, Internet...*, Ed. Desoleé de Brouwer, Bilbao, 1999, Pág. 101.

el beneficio inmediato y no piensa en las posibles consecuencias a largo plazo.

En una sociedad posmoderna,⁴ de constantes cambios sociales, económicos y políticos, se ve un marcado auge de las conductas adictivas, las cuales describen básicamente pérdida de control, dependencia y síndrome de abstinencia cuando la persona deja de realizarlas. Algunas de las adicciones del presente, no eran siquiera pensables hace algunas décadas; ahora, además de las sustancias ya conocidas como legales e ilegales (tabaco, alcohol, marihuana, etc.), también se habla de *nuevas adicciones psicosociales*; entre estas conductas se encuentran la adicción al juego, al sexo, al consumo, a la comida, al trabajo, al internet, al ejercicio excesivo.

⁴ Lyotard caracteriza la sociedad posmoderna como la sociedad posindustrial en la que el sector de servicios predomina sobre el sector industrial, transformando así las relaciones entre los actores sociales, de tal suerte que las herramientas analíticas forjadas por la ilustración marxista ya no pueden explicar los efectos de poder y de justicia. José Olimpo Suárez Molano, *Crítica a la razón en La filosofía del siglo XX*, Ed. Universidad de Antioquia, Antioquia, 2006, Pág. 76-77.

1.1 Concepto de adicción psicosocial

Definir exactamente lo que significa una adicción no es simple; algunas personas generalizan las adiciones sólo al alcohol, al tabaco, al uso de sustancias psicotrópicas y las señalan como dependencia o vicio. Pero un comportamiento o conducta adictiva va más allá.

Históricamente, el uso de sustancias se ha ligado a rituales religiosos, fines curativos e incluso a tintes recreativos; como el que se le dio al opio en Europa y China a finales del siglo XIX.

En México, aún existe el uso de sustancias como el peyote, que es utilizado por tener cualidades alucinógenas, las cuales en esencia permiten al chaman, la introspección ligadas a la naturaleza y a sus antepasados, tal como lo sigue practicando el pueblo Huichol, entre otros, no sólo ritualmente, sino como nutriente para largas jornadas de trabajo o a través de largas distancias.

La preocupación surge cuando existe una deformación en estas prácticas y comienzan a ganar terreno las conductas adictivas en la sociedad y ésta, a su vez, se transforma en una sociedad de consumo, necesitada de llenar vacíos espirituales y psicológicos, buscando erróneamente la identidad perdida del ser mismo. Por identidad dice Luis Zoja: “entiendo una vivencia psicológica interior dotada de continuidad y coherencia”;⁵ es decir, el individuo buscará encajar en determinados círculos, para enfrentar situaciones de su vida diaria, aunque no siempre serán abordadas de la mejor manera.

Se han realizado diversas investigaciones en torno a esta problemática, por lo que abordaremos diferentes concepciones de la misma, seleccionando posteriormente aquella que más se adecue al desarrollo de esta tesis.

⁵ Luis Zoja, *Drogas: adicción e iniciación. La búsqueda moderna del ritual*, Ed. Paidós, Barcelona, 2003, Pág. 36.

El término “addict” (adicción) “comienza a usarse a en Inglaterra durante el siglo XVI, aunque proviene del término latino *addictus* (<<entregado a alguien como esclavo>>).Inicialmente *addictions* significa, <<entrega total>>”.⁶

En México, la Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal refiere al derecho a la salud en el Artículo 15: “Todas las y los jóvenes tienen derecho al acceso a la salud, tomando en cuenta que ésta se reduce en el estado de bienestar físico, mental y social”.⁷ Debido a los trastornos que se sufren con las adicciones a sustancias psicotrópicas o a las conductas adictivas, el estado se preocupa por el bienestar del individuo, en este caso las y los jóvenes pues se presenta cada vez mayor incidencia en la propensión a las adicciones. Esta Ley engloba tres aspectos fundamentales, pues el individuo puede experimentar disminución

en la salud física y mental, así como en la calidad de vida en general.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), define a la adicción como un estado de intoxicación crónica y periódica originada por el consumo repetido de una droga (natural o sintética), caracterizado por una compulsión a continuar haciéndolo; una tendencia al aumento de la dosis; una dependencia psíquica y generalmente física de los efectos; y por consecuencias perjudiciales tanto para el individuo como para la sociedad.⁸

Para Bertrán Russell: “Lo sustancial de las adiciones no son las drogas, sino los estilos de vida”.⁹ Estos “estilos de vida” son respuestas a la posmodernidad y al cambio constante que sufre el individuo con la sobreestimulación. Por su lado, Francisco López Díaz señala las “adiciones sin sustancias”, para referirse a ciertas

⁶ Luis Zoja, op.cit., Pág. 63.

⁷ Asamblea Legislativa del Distrito federal, I Legislatura, Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal, Julio 2000, Pág. 11.

⁸ José Agustín Vélez Barajas, Comisión de los derechos humanos del Distrito Federal, México, Abril, 2009.

⁹ Bertrán Russell, op.cit., Pág. 41.

actividades reforzadas positivamente, que pueden acabar siendo controladas por reforzamiento negativo.¹⁰

Enrique Echeburúa refiere: “la adicción es un proceso que se organiza en relación con la falta de autocontrol, reflejada en la incapacidad o impotencia para controlar el uso reiterado de una determinada sustancia, incluida la comida o una actividad repetitiva que alguien considera nociva”.¹¹

En este sentido, cuando una persona desarrolla la necesidad de cierta experiencia y ésta se hace su objeto primordial, “el objeto de la adicción es más que el eje de la vida; centra la vida del adicto y la define [...] Un adicto no vive más que para y por el objeto de dependencia”,¹² podemos decir que hablamos de la presencia de una adicción, cuando el conseguir algo fijo, llámese sensación de placer o autoestudio, hace a estas conductas psicológicamente

¹⁰ Francisca López Ríos (coordinador), Droga y adicciones en la sociedad actual, Ed. Universidad de Almería, Almería, 2006, Pág. 43.

¹¹ Enrique Echeburúa, op.cit., Pág. 25.

¹² Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, Las nuevas adicciones del siglo XXI. Sexo, pasión y videojuegos, Ed. Paidós, Barcelona, 2005, Pág. 24.

necesarias; entre los detonantes, existen la ansiedad, la depresión, o el sentimiento de vacío que debe llenar con una experiencia adictiva. Cuando una persona pasa su vida con excitaciones constantes, serán necesarios estímulos, cada vez mayores, para producir emoción y placer: “la experiencia adictiva significa la narcotización del Yo”,¹³ es decir, una adicción psicológica no es el tipo de conducta implicada sino el tipo de relación que el individuo establece con ella, por ejemplo un juego de video para algunos es sólo eso, una actividad recreativa, pero para algunas personas se convierte en días y noches enteras jugando a costa de su vida social y afectiva. Esto debido a que el individuo se ve obligado a modificar sus pautas de comportamiento para mantener o repetir tal conducta. Se trata de una relación en la que se pierde libertad: “Los adictos sociales adolecen de la pérdida de la libertad ante sí mismos, que es el radical compartido por todos los enfermos

¹³ Enrique González Duro. El riesgo de vivir. Las nuevas adicciones del siglo XXI, Ed. Temas de Hoy, Madrid, 2005. Pág. 27.

mentales, pero en ellos la ausencia de libertad concierne de un modo exclusivo al vínculo mantenido con el objeto adictivo”.¹⁴ Fig.1

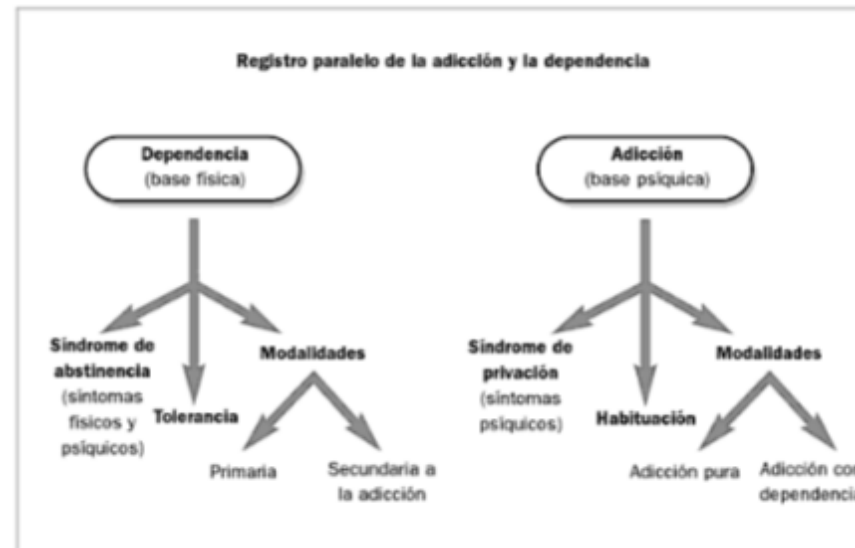


Fig.1 Diferencia entre Dependencia y adicción, Francisco Alonso-Fernández

Existen límites entre una conducta normal y las conductas adictivas; éstos los determinamos cuando las conductas afectan y generan una necesidad y modifican el comportamiento; las

¹⁴ Francisco Alonso-Fernández, Las nuevas adicciones: Alimento, sexo, compras, televisión, juego, trabajo, Internet, Ed. Tea, Madrid, 2003, Pág.10

conductas adictivas podemos identificarlas a partir de estos aspectos. Según Enrique Echeburúa, estas características son las siguientes: “pérdida del control, fuerte dependencia psicológica, pérdida de interés por otras actividades gratificantes, interferencia grave en la vida cotidiana”.¹⁵

Ahora bien, cabe señalar que existe una diferencia entre adicción, dependencia y vicio:

La adicción “engloba una serie de elementos pulsionantes, sistemáticos e incontrolables, elaborados sobre una plataforma social, por lo que no puede extenderse su concepto a la descarga de meros actos impulsivos”.¹⁶ Las conductas adictivas van en función al tipo de relación que el individuo establece con ella.

La dependencia, “entendida como la necesidad subjetiva de realizar imperativamente la conducta, para restaurar un equilibrio homeostático, y la supeditación del estilo de vida al

¹⁵ Enrique Echeburúa. op.cit., Pág. 18.

¹⁶ *Ibid.*, Pág. 52.

mantenimiento del hábito”,¹⁷ es de carácter físico en la necesidad de consumir e introducir sustancias al cuerpo; puede ser comida, alcohol, tabaco, sustancias psicotrópicas y químicas, entre otras.

Para Marc Valleur y Jean Claude Matysiak existen dos puntos importantes para afirmar que existe una dependencia: “1) no poder dejar de usar una cosa (una sustancia) o dejar de hacer una cosa (conducta), bajo riesgo de padecer un cierto malestar [...] 2) que esa sustancia o conducta se transforme en el centro mismo de la existencia, que nada importe más allá de tal <<droga>>, de tal juego o de tal persona...”¹⁸

Según la definición del diccionario enciclopédico ilustrado de Barcelona, se define al Vicio como: “mala calidad, defecto físico en las cosas, falsedad o engaño. Hábito de obrar mal, placer o gusto del que se usa en exceso”.¹⁹ La Real Academia de la lengua lo

¹⁷ *Ibíd.*, Pág. 18.

¹⁸ Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, *op.cit.*, Pág. 25.

¹⁹ Viñuales, Roser (editor), *Diccionario Enciclopédico ilustrado tomo M-Z*, Ed. Olimpo, Barcelona, 1994.

define como: “imperfección, mala calidad o condición, defecto físico o moral”.²⁰ El vicio se confunde con una adicción, pues por falta de información, confunden estas conductas adictivas como vicios en la sociedad, pues aunque todos son vistos como una “mala costumbre”, algunos son más estigmatizados que otros.

La percepción social es diferente en relación a las diversas adicciones, las más desaprobadas son las que consideran la conducta adictiva un delito (el exhibicionismo; por ejemplo); en el punto medio está considerado el juego; y al otro extremo están los considerados malos hábitos, por ejemplo la comida o las compras. De ahí que muchas de ellas no se consideren graves por ser minimizadas, debido al contexto en el que se sitúa el individuo.

“Es un consumo realizado con prisas, avidez y ansias; no obstante la tendencia a reunirse en grupos, la carencia de guías y metas

²⁰ Real Academia Española (editor), *Diccionario de la lengua española*, Real Academia Española. Madrid, 2001.

comunes lo convierte en una experiencia solidaria.”²¹ Es de ahí que tras esta necesidad se busque la afinidad con uno o varios grupos sociales, aunque éstos no necesariamente sean los más apropiados para el individuo y fomenten las cualidades sociales del sujeto.

1.2 Tipos de adiciones psicosociales

Las adiciones psicosociales, como ya se ha explorado, comparten rasgos en común. Lo único que varía es aquello a lo que se hacen adictas las personas, aunque no es posible una clasificación estricta de las adiciones psicológicas. En realidad, cualquier conducta que sea placentera puede desencadenar una adicción psicosocial, sin desechar el abuso de la tecnología como el internet, el teléfono, la televisión o ciertas prácticas físicas como el deporte, siempre y cuando esta conducta se convierta en el eje central de atención para el sujeto. Según F. Alonso-Fernández, las

²¹ Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, *op.cit.*, Pág. 160.

llamadas adicciones psicosociales pueden clasificarse en legales (Internet, alimentación, sexo, televisión, compras, juego y trabajo) e ilegales (robo, incendio, estupro).²²

En adicciones de este tipo, los medios de comunicación se involucran debido al objetivo de los mismos, el cual es transmitir información aunque esté ligada a determinados fines publicitarios o ideologías empresariales e institucionales. Y para alcanzar dichos objetivos “en la actualidad es común que se difundan mensajes relacionados con la delgadez: las personas delgadas son más bellas, y los bellos son exitosos y alcanzaran cualquier cosa que deseen.”²³ Los mensajes que son transmitidos usualmente, son para vendernos algún producto, o convencernos de determinadas ideologías o estilos de vida, de manera que estos cambios no representen esfuerzo para el sujeto.

²² Francisco Alonso-Fernández, *op.cit.*, Pág. 69.

²³ Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, *op.cit.*, Pág. 32.

“Un medio masivo es aquel capaz de transmitir información a un gran número de personas en una sola emisión”;²⁴ existen varios tipos de medios: televisión, internet, revistas, periódicos, cine. Ellos son testigo fiel del cambio en la percepción que tiene el individuo sobre sí mismo.

1.2.1 La adicción al sexo

No se ha logrado explicar a detalle el origen de la adicción al sexo, pero alguna de las características que se observan y que favorecen la aparición de la adicción de las personas están relacionadas con la personalidad (impulsividad, autoestima baja, antecedentes de abuso en la infancia o adolescencia). Por ello, la adicción se convierte en una obsesión para satisfacer estas necesidades, derivadas por carencias de tipo emocional.

²⁴ *Ibidem.*

José Elola menciona que una adicción sexual no es reconocida como tal en el Manual de diagnóstico y estadístico de trastornos mentales,²⁵ conocido por su siglas en inglés DMS, “en lugar de eso señalan Marc Valleur y Jean Claude Matysiak que la DMS, propone un trastorno sexual no especificado, que puede ser una versión de adicción sexual no reconocida.”²⁶

La satisfacción se dirige hacia sí mismo, tiene una única vía personal y afectiva. No hay interrelación entre los participantes, considerándose a las personas en función de su sexualidad. La vida sexual se vive en secreto, con una carga de culpa y es considerada como una solución a sus problemas. “En el caso de la adicción, el sexo se convierte en una obsesión para la persona, de la que le resulta difícil desprenderse y se compromete seriamente su funcionamiento cotidiano”.²⁷

²⁵ José Elola, “Ser adicto no tiene gracia”, El País, 12 de Octubre 2008.

²⁶ Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, op.cit., Pág. 111.

²⁷ Enrique Echeburúa, op.cit., Pág. 34.

Hombres y mujeres son afectados por este tipo de adicción, aunque los estudios realizados señalan que afecta en un 85% más a hombres que a mujeres. Esta preponderancia es atribuida al rol social, lo cual determina que el hombre tenga mayor apertura sexual. Independiente del género, la adicción al sexo puede manifestarse en diversas formas. Según Echeburúa, éstas se muestran en: "el autoerotismo compulsivo, búsqueda ansiosa de múltiples amantes, frecuentar habitualmente de prostíbulos o teléfonos eróticos, conducta hipersexual y obsesiva en una relación."²⁸

Esta conducta también se caracteriza por la aparición del síndrome de abstinencia y la afectación en la vida cotidiana de las personas que la padecen. Se ha observado cómo la adicción es un suplente para evitar o evadir un malestar, más que para obtener un placer. "La noción de adicción sexual permite subrayar que las relaciones

²⁸ Ibid., Pág. 38.

sexuales no son siempre fuente de plenitud, y que pueden incluso ser causa de vergüenza y de culpabilidad."²⁹

El proceso de adicción es descrito en cuatro fases por los psiquiatras norteamericanos Reed y Blaine:

Fase de obsesión, en la cual, respondiendo a dificultades existenciales, el sujeto se encuentra completamente absorbido por las preocupaciones sexuales. Fase de ritualización, es decir, de ejecución de los rituales que preceden al comportamiento sexual. Fase del acto sexual, que proporciona un alivio temporal y por ende, provisorio. Fase de desesperanza, con un sentimiento de impotencia para controlar su conducta.³⁰

La vida sexual tiene consecuencias cuando no se ejerce con plena conciencia; existen consecuencias físicas como las enfermedades de transmisión sexual, psicológicas, como anteriormente vimos, como sentimientos de culpa vergüenza, pérdida del empleo, ruptura emocional no deseada con la pareja, daño en la familia,

²⁹ Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, op.cit., Pág. 106.

³⁰ Ibid., Pág. 110.

dificultad de establecer relaciones a largo plazo. Como el caso de Luis Ángel:

De 45 años, casado y con dos hijos pequeños de 5 y 3 años, es jefe de ventas de una empresa de maquinaria- herramienta. Es una persona baja de estatura, con rasgos de acné en su rostro, muy tímida, acomplejada por su aspecto físico, que siempre ha mostrado una preocupación excesiva por el sexo. Se ha masturbado reiteradamente; desde los 13 años ha tenido relaciones habituales con prostitutas, pero lo ha hecho siempre con un sentimiento profundo de culpabilidad. Al casarse a los 40 años con una vecina de la misma edad, experimenta un alivio de su inquietud sexual. Pero al cabo de 6 meses, y a escondidas de su mujer, de quien se encuentra enamorado, comienza a frecuentar prostíbulos aprovechando los viajes profesionales y a masturbarse de nuevo con fantasías sexuales extraídas de revistas pornográficas que compra en secreto. Cuando tiene la relación sexual o se masturba –con una frecuencia de 2 a 3 veces diarias- experimenta un alivio, pero al cabo de unos minutos empieza a encontrarse mal, se siente culpable por haberle traicionado a su mujer y se percata de la interferencia de las conductas en la relación de pareja, en el rendimiento laboral y en su

economía, así como en su grado de salud (ha contraído una sífilis en una de las relaciones con prostitutas).³¹

Casos como éste involucran fuertes pérdidas y, en la mayoría de ellos, la adicción se une a otra o se cambia por otra, como en el caso de Luis: “Dejé el alcohol y lo cambié por una adicción a las compras. Me mentía a mí mismo y mentía a todos los demás”.³²

En México, el gobierno del Distrito Federal legisla la salud sexual; en el artículo 18 dice: “Todas las y los jóvenes tienen derecho de disfrute y ejercicio pleno de su sexualidad y a decidir, de manera consciente y plenamente informada, el momento y el número de hijos que desee tener”.³³ El gobierno establece políticas donde el joven debe estar informado de sobre la salud reproductiva, los derechos sexuales, y el ejercicio responsable de la misma, para que ejerza su vida plena. La vinculación con otras drogas como la cocaína, el alcohol es frecuente debido a los episodios de desenfreno que el sujeto presenta. La psicóloga Adelina Bernardo

³¹ Enrique Echeburúa, op.cit., Pág. 37.

³² José Elola, op.cit. Pág. 4.

³³ Asamblea Legislativa del Distrito federal, op.cit., Pág. 2.

explica que en muchos casos, detrás de la adicción al sexo hay episodios de abusos sexuales en la infancia o padres que han hecho que los hijos desarrollen un sentimiento de culpabilidad frente al sexo.³⁴ Existe entre las consecuencias que acarrear estas prácticas son las de tipo sexual, enfermedades de transmisión sexual, VIH-SIDA.

Actualmente existe una asociación llamada “Sexo adictos” la cual implementa un modelo parecido a los doce pasos de “alcohólicos anónimos”, plantea una serie de situaciones, por ejemplo si se mantienen relaciones sexuales o sentimentales a escondidas de las personas importantes de tu vida, buscar relaciones en contra de los principios de sujeto, avergonzarse de su cuerpo o sexualidad hasta el punto de evitar tocarlo y mantener relaciones sexuales. Mediante este test, el sujeto puede valorar por medio de puntuación alta o baja si tiene una probable adicción al sexo.

³⁴ José Elola, op.cit., Pág. 3.

1.2.2 La adicción al consumo

El consumo se ha convertido en un símbolo de estatus en la sociedad; los valores sociales impulsan al consumo superfluo de cosas y al dictado de la moda en una sociedad donde más significado se encuentra en los bienes materiales que la persona posee que en la persona misma. "El consumir puede significar que se está en un nivel más alto que los demás, por encajar en un determinado grupo; queremos lo que tienen los que nos rodean, creándonos una necesidad donde lo importante no es lo que se compra sino comprar".³⁵ El nivel de vida lo determina la rapidez con la que se sacia cualquier placer. La sociedad actual promueve el consumo, ya que todos tienen derecho de adquirir lo que se desea. “Las compras compulsivas resultan tan gratificantes o se minimizan, pero la realidad es que se tienen serias consecuencias, como en las demás adicciones. Pueden llevar a deudas financieras

³⁵ Ágata Székely, “¿Por qué somos adictos a comprar?”, en Quo, Número 110, diciembre 2006.

serias, a un colapso de las relaciones y familias, y a discapacidades en el trabajo y el hogar”,³⁶ como es el caso de Ana:

“Ana Estrada acostumbra a ir de compras como pasatiempo. En su alacena, guardarropas y vivienda tiene productos que compró, pero que no usa o simplemente los utilizó una vez y luego los dejó en el olvido. Ana es de las personas que no puede dejar ir una “buena oferta”; siempre está atenta a lo que hay en las zonas de liquidaciones y a veces no sólo gasta para ella, sino para alguien más sin un motivo especial. A veces, la trabajadora de 25 años de edad se siente arrepentida después de una compra, pero siempre quiere impresionar con su forma de vestir o tan sólo con salir con sus enormes bolsas de las tiendas departamentales.”³⁷

Este trastorno es definido también como “un impulso irrefrenable de comprar, e incapacidad para desviar la atención de esa idea fija y de medir consecuencias”.³⁸ Es el hecho de comprar y no lo

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ Francisco Rosas, “Evita ser un comprador compulsivo”, *El Universal*, martes 02 de octubre de 2007.

³⁸ Salvador Ros Montalbán, M. Dolores Peris Díaz, Ramón Gracia Marco, *Impulsividad*, Ed. Psiquiatría editores, Barcelona, 2005, Pág. 94.

comprado lo que satisface en mayor medida al individuo ya que en algunas ocasiones se desconoce que se va adquirir, Salvador Ross menciona que las compras van precedidas de un deseo irresistible, acompañado de una gran tensión interna la cual solo se alivia al comprar y puede durar varias horas.

La motivación en uno u otro sexo es la misma: la autoestima, la influencia de los padres, la autoafirmación, el reconocimiento, a diferencia de los objetos de compra que van en función del sexo. Los afectados, dice Enrique Echeburúa son personas entre los 30 años, que han empezado a comprar de esa manera desde los 18 y 20 años; es decir que estas conductas se adquieren desde la adolescencia y se perpetúan, aun cuando el sujeto crece. En la compra compulsiva, Echeburúa menciona que la persona atribuye a los objetos significados simbólicos y emocionales, que van más allá del uso del objeto en sí, siendo la compra el objeto de placer y satisfactor momentáneo, por lo que el sujeto siente la necesidad de volver a repetir tal experiencia; por lo tanto, no es extraño que exista una relación entre esta adicción y alteraciones psicopatológicas, como la depresión, trastornos de ansiedad o de

conducta alimentaria, haciendo visible que el factor común es la baja autoestima, la falta de autocontrol y la impulsividad. Los compradores compulsivos se dividen en diferentes tipos: el primero es el que subsana su malestar anímico depresivo buscando compensar esta situación con la compra; el segundo es aquel que compra por venganza, para llamar la atención, manipular y castigar a una persona cercana y el último, es aquel que compra para construir y confirmarse a sí mismo.

1.2.3 Adicción a la comida

No se conoce el origen preciso del problema, pero al igual que otras, adicciones se ha encontrado que se relaciona con la personalidad del individuo, por ejemplo con la falta de autocontrol, ansiedad o impulsividad.

Los trastornos del comportamiento alimentario los define la Dra. Gilda Gómez Pérez-Mitre y el Dr. Juan Manuel Mancilla Díaz como “los trastornos psicopatológicos que conllevan graves

anormalidades en las actitudes y comportamientos, respecto de la ingestión de alimentos, cuya base se encuentra en una alteración psicopatológica que se acompaña de una distorsión en la percepción corporal y de un miedo intenso a la obesidad”.³⁹

Los trastornos de la conducta alimentaria son indicadores de que algo está mal, y ese algo es muy variado, para Marc Valleur y Jean Claude Matysiak, “pueden no sentirse aceptados por un grupo social, creer que no son suficientemente buenos, hábiles o inteligentes, que su auto concepto y su autoestima no son adecuados, que tienen dificultad para establecer relaciones interpersonales, que se sienten inseguros o desprotegidos.”⁴⁰

Los medios como ya se ha dicho, presentan patrones de conducta idealizados, cuerpos perfectos; en la televisión no sólo vemos personas ideales sino también el estilo de vida que ellas llevan, sus éxitos. Las revistas han ampliado su mercado no sólo a mujeres,

³⁹ Dra. Gilda Gómez Pérez-Mitre, Dr. Juan Manuel Mancilla Díaz, Trastornos alimentarios en Hispanoamérica, Ed. Manual Moderno, México, 2006, Pág. 123.

⁴⁰ Marc Valleur, Jean Claude Matysiak, op.cit., Pág.37.

sino también a los hombres enseñando el culto al cuerpo. El canon de belleza es variado; actualmente, tras el incremento exponencial de casos de bulimia, anorexia y sobre ingesta, los medios han tenido que mesurar en sus campañas, por ejemplo, en la industria de la moda, las modelos ya no pueden tener esa figura esquelética; se les pide un índice de masa corporal mínimo para evitar esos estereotipos que desde un principio orillaron a muchos jóvenes a caer en estas prácticas. La tecnología facilitó el auge de estos trastornos de conducta, por ejemplo, en la internet existe gran facilidad para encontrar trucos para bajar de peso, dietas sin esfuerzos, productos milagro y portales donde increíblemente el sujeto puede investigar acerca de cómo dejar de comer, técnicas para vomitar, como fingir para que los padres no se den cuenta, etc. Los jóvenes que pasan más tiempo frente a estos medios estarán expuestos repetir estas conductas. Existe una gran fuente de información negativa que rodea al individuo en la vida cotidiana. Son tres los aspectos que engloba esta conducta: sobre ingesta, bulimia y anorexia.

Los hábitos de alimentación, la obesidad, la baja autoestima, el estado de ánimo; son detonadores o elementos que predisponen a las personas para la sobre ingesta. Echeburúa refiere que “la adicción a la comida se caracteriza por “atracones” sin control con sensación de hambre incontenible y se realiza generalmente a escondidas y en soledad”.⁴¹

Alonso-Fernández, describe que la sobre ingesta produce la sensación de euforia y la reducción de la ansiedad, aunque si se interrumpe de manera abrupta, el individuo manifiesta frustración; ansiedad e irritabilidad. La adicción afecta al metabolismo, no distinguir la sensación de hambre y satisfacción al comer. Para Enrique Echeburúa,⁴² esta adicción tiene efectos inmediatos en las emociones del ser humano, aunque después se presenten efectos físicos como: dolores abdominales, cansancio, somnolencia e inestabilidad psicológica. En estos casos, el exceso de ingesta se convierte en uno de los paleativos y ejes de la vida

⁴¹ Enrique Echeburúa. op.cit., Pág. 44.

⁴² Enrique Echeburúa. op.cit., Pág. 48-54.

de la persona. La adicción a la comida se refleja en la ansiedad por ingerir alimentos, sensación de no parar, provocando una insatisfacción del tamaño que el cuerpo presenta, relacionándose con la idealización de un modelo sociocultural de sí mismo el cual al ser comparado con otros se concluye que hay discrepancias con su ideal, provocando frustraciones, baja autoestima, depresión entre otros. La insatisfacción corporal está íntimamente relacionada con opiniones subjetivas del cuerpo ideal, centrándose en la apariencia, lo cual hace importante que se informe acerca de estas conductas que pueden ser fatales si no se atienden con oportunidad. Como en el caso de la bulimia y anorexia los cuales han encontrado un medio idóneo, como es el Internet, medio en el cual estas conductas adquieren ya un nombre amigable y accesible para las y los jóvenes que se acercan a ellas. Se llaman Ana (anorexia) y Mía (bulimia). Por ejemplo:

“Ana se presenta en una carta: sus seguidoras le ofrecen la vida. A cambio, Ana les responde que será una gran amiga. Yo sentía que (la anorexia) era como una aliada mía. Sentía a veces que ni me podía controlar y a veces sentía que era como una gran amiga que me decía qué hacer, qué no comer, expresó un paciente en recuperación. La

Bulimia, conocida como mía, también da consejos. Señala los alimentos fáciles de eliminar y la manera de engañar a los demás. Nancy Clara Torres, paciente con bulimia en recuperación comentó: me iba al patio trasero y vomitaba. Casi siempre lo hacía en las noches y trataba de que no escucharían mis papás, no se dieran cuenta porque sabía que me iban a reprender.”⁴³

Como el caso de estas personas en la Internet; existen infinidad; surgieron hace más de 10 años en la red. Las personas entran en una carrera para bajar de peso y demostrar que tanto pueden bajar. Los individuos que buscan ayuda para seguir bajando de peso, se aconsejan entre sí, se motivan; pero existe también aquellas que usan este medio para ser escuchadas, ya que en estos sitios pueden escribir sin restricciones sus sentimientos de ansiedad, soledad y miedo, pues sienten que no serán juzgadas debido al anonimato que el medio otorga y por ende más gente se identificaran con ellas o ellos.

⁴³ Monire Pérez López, “Preservan Bulimia y anorexia como una forma de vida en Internet,” OnceTv, 20 de Mayo de 2007.

“Un trastorno que suele aparecer al final de la adolescencia y se caracteriza por la presencia de atracones de comida o episodios recurrentes de voracidad, en los que hay una sensación de pérdida de control sobre la ingesta y una disminución o ausencia de saciedad, con una preocupación por el peso que lleva a conductas compensatorias e inadecuadas para evitar la ganancia de peso y con un miedo patológico a engordar”.⁴⁴

En México, el sector salud caracteriza a la anorexia y bulimia respectivamente por:

La anorexia es una gran reducción de la ingesta de alimentos indicada para el individuo en relación con su edad, estatura y necesidades vitales. Esta disminución no responde a una falta de apetito, sino a una resistencia a comer, motivada por la preocupación excesiva por no subir de peso o por reducirlo. En la bulimia el consumo de alimento se hace en forma de atracón, durante el cual se ingiere una gran cantidad de alimento con la sensación de pérdida de control. Son episodios de voracidad que van seguidos de un fuerte sentimiento de culpa, por lo

⁴⁴ Salvador Ros Montalbán, M. Dolores Peris Díaz, Ramón Gracia Marco, op.cit., Pág. 53.

que se recurre a medidas compensatorias inadecuadas como la autoinducción al vómito, el consumo abusivo de laxantes, diuréticos o enemas, el ejercicio excesivo y ayuno prolongado.⁴⁵

En ambos casos el individuo sufre los estragos de que estos hábitos alimenticios conllevan, como la pérdida de cabello, piezas dentales, reflujo, temblores dolores abdominales, purgas, atracones, ayunos interminables, pérdida de sensaciones, y una larga lista de síntomas resultantes de una adicción. La Dra. María Lameira Fernández en la conferencia titulada Imagen corporal y sexualidad. Mujeres con Trastornos de la Conducta Alimentaria, que se dio en la FES Iztacala en el 2002 cita algunas cifras refiriendo al alto grado de mortalidad al que están expuestas las mujeres, debido a los niveles de inanición que se presentan en este cuadro, otra cifra alarmante es, que por cada 9 mujeres, un hombre los padece; y que los síntomas adquieren tintes crónicos,

⁴⁵ Katia Weisstbeerg, Leticia Queshel Galván, *Guía de Trastornos Alimenticios*, Centro Nacional de Equidad y Género y Salud Reproductiva, México, 2004, Pág. 10.

lo que afecta el proceso alimentario al transcurso de su vida. En cuanto a lo que se observa respecto a la sexualidad, una persona con anorexia tiene menos prácticas e intereses sexuales a diferencia de una que tiene bulimia ya que esta usualmente inicia a una edad temprana actividades sexuales.⁴⁶

Quienes presentan estos trastornos manifiestan una excesiva preocupación por cuanto y como comen, por la imagen que perciben los demás, tienen una imagen propia distorsionada de la realidad. Las personas pierden identidad, sufren depresiones o excesos de euforia. Estos trastornos son multicausales debido a los múltiples factores que afectan al individuo como el rol social, la influencia mediática, como el ser y verse de tal o cual forma es reflejo de estar en el mercado, es decir de ser activo en una sociedad que cada vez exige determinado tipo de persona, joven creativo eficiente, reflejo del éxito.

⁴⁶ María Cecilia Pontes, Gaceta UNAM Iztacala, Conferencias, Los trastornos alimentarios como la bulimia y la anorexia y su relación con la sexualidad, Número 181, 25 enero 2002, Págs. 7,14.

Los trastornos como la bulimia y anorexia pueden causar afecciones cardíacas, desnutrición, disminución de cavidades cardíacas, baja presión arterial, y entre otras la muerte, si no se atiende a tiempo, permanecen ocultos en muchos casos a los familiares y amigos del individuo.

1.2.4 Ego adicción

Existen actividades y sustancias en las cuales el sujeto vuelca su atención como objetos adictivos: el alcohol, el tabaco, las prácticas sexuales, las compras, el Internet, la comida, entre otras. El problema es que con el tiempo esos objetos bloquean el desarrollo del individuo.

Como se vio anteriormente el problema es la sensación de vacío, la falta de herramientas para enfrentar problemas que se presenta a lo largo de la vida de las personas, cuando se están planteando

un plan de vida; en donde se establecen metas, se busca la aceptación social y familiar. Es aquí donde el ego juega un papel fundamental cuando el ser humano se define a sí mismo, como un ser individual.

El ego lo definen como la parte consiente de la persona.⁴⁷ Acaso no es sana la autovaloración, el cuidado de sí mismo, la búsqueda de una mejor vida emocional o económica, ¿cuándo se pierde el balance?

El individuo se pierde cuando no se satisface como persona, en el campo profesional, en lo escolar o sólo existe una desilusión, que puede conducir lo a la búsqueda de distracciones e incluso a la exageración de sus acciones, una de las consecuencias de estas puede ser que el sujeto se esfuerce excesivamente por ser notado por los demás, puede empeñarse en tener éxito, para calmar la incertidumbre que le causa su autoimagen, lo cual le provoca

ansiedades, y puede derivar en comportamientos compulsivos cargados de frustraciones cada vez más intensas como múltiples encuentros sexuales, comer excesivamente o no ingerir alimentos, comprar, el alcohol, sustancias psicotrópicas, entre otros. Debido a que las distracciones son cada vez más menos satisfactorias, a los problemas que el sujeto presenta. Buscará emociones que llenen ese vacío emocional y corporal que se manifiesta.

La sobrevaloración de la persona, con un exagerado afán, demuestra un egoísmo donde el punto central es el sujeto mismo.

1.3 Factores de riesgo

Francisca López Ríos, define los factores de riesgo como “aquellas circunstancias o características personales o ambientales que combinadas entre sí, podrían resultar predisponentes o

⁴⁷ Sebastián Puigserver, José M^a Prats, Jaime Rovira. *Océano uno color; Diccionario enciclopédico*, Ed. Océano, Barcelona, 1997, Pág. 555.

facilitadoras para el inicio o mantenimiento del uso y abuso de drogas”.⁴⁸

Un adicto no se convierte en tal de la noche a la mañana. Existe una progresión en la que primero se realizan comportamientos y experiencias que posteriormente pueden convertirse en adicciones.

La probabilidad de que un individuo quede inmerso en una conducta adictiva se incrementa debido a que los factores de riesgo se vuelven más intensos y numerosos. La aparición de la conducta adictiva se vuelve más probable a medida que los factores de riesgo son más intensos o numerosos existiendo entre ellos un influjo potenciación recíproca.

En algunos casos la personalidad, o estados emocionales aumentan la vulnerabilidad del individuo como son: la impulsividad, la subdisforia (cambio frecuentes de humor). la

intolerancia, estímulos no placenteros, como el dolor, insomnio, fatiga, psíquicos, disgustos, preocupaciones, responsabilidades, la búsqueda exagerada de sensaciones; aunque a veces la adicción recae en un problema de personalidad como la baja autoestima; se trata de personas que carecen de un afecto constante, el individuo con una cohesión familiar débil corre mayor riesgo de hacerse adicto y sustituir con un hábito que recompense el vacío, son recompensas a corto plazo, si se siente presionado socialmente, se somete continuamente a situaciones de estrés constante; el miedo al fracaso, puede ser en el ámbito escolar, laboral; frustraciones afectivas; el vacío existencial; el aislamiento social; falta de metas y de actividades gratificantes; la concentración en una actividad placentera instantánea. En los centros de integración juvenil, se observa que una persona con baja autoestima presenta sentimiento de inferioridad, es hipersensible a la crítica al ridículo, al castigo, indeciso, irritable, se enfoca a sus errores y tiene tendencias depresivas y negativas.

⁴⁸ Francisca López Ríos (coordinador), *op.cit.*, Pág. 134.

La disponibilidad del dinero entre los adolescentes indica que serán más pronto consumidores y por lo tanto están en riesgo de desarrollar una adicción, el contexto en el que se desarrolla fomenta la creencia de aceptación y favorecerá al consumo. Una familia inconsistente, con expectativas poco claras para una conducta deseable, límites y ausencia de reforzamientos de conducta. La poca tolerancia a la frustración, conductas antisociales tempranas, bajo compromiso escolar. La presencia de trastornos como la hiperactividad o trastornos por déficit de atención. Para los trastornos alimenticios es menos notorio en el caso de los hombres pues son más aceptado socialmente, en el caso de las mujeres se pueden presentar se habla de un mayor grado de incidencia. En el manual de trastornos alimenticios que utiliza el sector salud en México, indica varios puntos que se detonan estos trastornos:

Resulta particularmente difícil aceptar los cambios físicos y el aumento de grasa porque sus cuerpos se desarrollan de manera contraria a las normas de belleza establecidas socioculturalmente

y que son reproducidas y difundidas por los medios de comunicación. Su sentido de identidad y su imagen están más fuertemente influidos por aspectos relacionales: lo que piensan, esperan y dicen los otros influye en gran medida en el sentimiento de si, y esto se incrementa en la adolescencia. El desarrollo de habilidades y logros escolares lo viven con mayor autoexigencia y preocupación. El proceso de inicio de la independencia, propio de la adolescencia, lo viven de manera más conflictiva, las niñas enfrentan mayores tensiones individuales y diferencias interpersonales, con los padres que los varones. Los roles sociales y biológicos para los que se las prepara en la adolescencia son más ambivalentes...⁴⁹

El rol social que se ejerce va en dos vertientes, por un lado se está desarrollando la adolescente para ser ejercer su sexualidad, y ser madre, pero mentalmente aun no o están preparadas para afrontar dichas responsabilidades, por otra parte en el ámbito

⁴⁹ *Guía para el cuidado de la salud*, Instituto Mexicano del Seguro Social, Seguridad y Solidaridad Social, Ed. Progreso, México, 2004, Pág. 13.

laboral se promueve, que la mujer sea independiente y soltera; lo cual no limitara su desarrollo profesional, pero dejara por un lado, su desarrollo personal, esto algunas veces implica la pérdida de identidad. Se promueve una madre joven pero con experiencia para serlo, con cuerpos esbeltos, se va con la tendencia ser un objeto que está en el mercado productivo.

En los trastornos alimenticios, la persona afectada vive continuamente en estado de ansiedad, se aísla socialmente, existe un constante sentimiento de culpa, la impulsividad. Son rasgos predominantes en el individuo.

Existen factores psicológicos relacionados con el sujeto que influyen considerablemente al sujeto según Dr. Eduardo Riquelme García, menciona, trastornos de conducta en la infancia, problemas de identidad, incapacidad para expresar los afectos, dificultad para reconocer límites, exposición frecuente a situaciones de riesgo, baja tolerancia a la frustración, necesidad imperiosa por experimentar sensaciones, impulsividad baja

autoestima, ruptura de vínculos afectivos ausencia de metas, actitud favorable y propensa al consumo, tiempo libre no estructurado.⁵⁰

El aburrimiento y la carencia de relaciones u objetivos la falta de habilidades para desenvolverse en un medio real, la timidez, déficit cognitivos, alteraciones psicopatológicas son algunos factores de riesgo que están implicados en la adicción al Internet, comparten características con los ludópatas, con los compradores compulsivos, sexo adictos, personas con trastornos alimenticios; entre las adicciones muchos factores se relacionan entre sí e influyen la toma de decisiones, Una adicción puede relacionarse o sustituirse con otra como resultado de estos factores que influyen en el individuo, el medio social, escolar en el que se desarrolla, los medios de comunicación, los estilos de vida, la falta de comunicación con los padres sugiere un aislamiento auto infligido,

⁵⁰ Eduardo Riquelme(coordinador), *Manual de Apoyo para Cursos de Capacitación en el Tratamiento de Adicciones*, Subdirección de Comunicación Social, México, 2003, Pág. 16.

las relaciones sentimentales con la pareja y amigos, todo esto se hace presente en la dificultad de la adaptación social.

1.4 Factores de protección

Los factores de protección se caracterizan por las cualidades positivas de la persona: responsable, estudiosa, dedicada, tolerante; algunos estímulos del entorno también influyen, como la familia, las escuelas, las comunidades seguras, baja delincuencia. Estas son herramientas para que el individuo se pueda enfrentar al riesgo adictivo; para Enrique López Díaz son: “aquellas variables que contribuyen a modular o limitar el uso de drogas”⁵¹

Los factores de protección son variantes que modulan, previenen o limitan una conducta adictiva; estos factores varían dependiendo de su efecto a corto y largo plazo; la comunicación es

un factor importante que protege, igual que el apego familiar, escolar y el cumplimiento de normas tanto en casa como en la escuela o trabajo; con un adecuado desarrollo de la comunicación entre padres e hijos se desarrolla un apego deseable. Interviene el respeto, escuchar y ser escuchado; esto va acompañado de amor, acotación, negociación y un apropiado desarrollo de los roles en la familia, pues existen límites establecidos y reglas que permiten un adecuado proceso del individuo.

Favorecer la comunicación entre la familia para inculcar valores, respeto, amor; es importante propiciar la confianza, y el acercamiento con padres, hermanos o algún familiar de confianza, para facilitar la charla sobre problemas o situaciones favorables que ocurren en el medio que se desarrollan los individuos. El acercamiento de padres a hijos propicia la ausencia del riesgo, aunque se encuentre en ambientes sociales de conflicto; pues el sujeto podrá resolver determinadas situaciones con una respuesta más acertada; Al fortalecer las habilidades sociales y personales, se desarrollan actividades satisfactorias con amigos y familia.

⁵¹ Francisca López Ríos, *op. cit.*, Pág. 134.

El Instituto Mexicano del Seguro Social, en su guía para el cuidado de la salud y para evitar caer en el consumo repetido y abusivo de una sustancia o de una conducta incontrolada (conducta adictiva), plantea que:

Alta autoestima, es decir respeto, confianza, amor a sí misma, tener un proyecto de vida sobre lo que quiere ser y hacer a corto y largo plazo, fuertes lazos familiares, expectativas definidas y factibles entre los miembros de la familia, una convivencia sana, manejo compartido de responsabilidades, comunicación clara y directa, respeto en sus relaciones con todas las personas, un ambiente de protección y apoyo enriquecimiento de sus redes sociales, así como un conjunto de habilidades y capacidades individuales que le permitan solucionar problemas de manera adecuada.⁵²

⁵² *Guía para el cuidado de la salud*, Instituto Mexicano del Seguro Social, Seguridad y Solidaridad Social, Ed. Progreso, México, 2004, Pág. 9.

En los manuales que se utilizan en los centros de integración juvenil del distrito federal se hace hincapié a reforzar cuatro aspectos importantes de prevención: panorama de las adicciones, autoestima, habilidades sociales e importancia de la escuela.⁵³

El problema de consumo y conductas adictivas se convierte en una prioridad, en medida que los niños y jóvenes se ven propensos a tener una adicción por las influencias; las decisiones que se toman equivocadamente; los factores sociales y familiares; también la publicidad participa para el uso, el consumo de sustancias, las compras, el *look*, promueven ideales de vida y apariencia; todos ellos son elementos que detonan una adicción. En México existen diversos estudios que muestra el panorama creciente sobre las adicciones; números alarmantes reflejan una insensibilización, por parte del individuo el cual busca erróneamente salidas, para los problemas que se presentan en su vida por la falta de herramientas, para desenvolverse en un medio que exige cada vez

⁵³ *Proyecto Orientación Preventiva Infantil*, Centros de Integración Juvenil, Enero 2003, Págs. 11-12.

más, a un individuo consumidor, el cual debe ser perfecto, atractivo, delgado, exitoso. Es por eso que se hacen necesarios los programas de prevención contra las adicciones; para brindar información y fomentar habilidades que el sujeto pueda practicar en su entorno social.

El autoestima incluye el valor, el afecto, la apreciación y el amor a sí mismo, facilita la aceptación de cualidades, habilidades, defectos, carencias La autoestima incluye el valor, el afecto, la apreciación y el amor a sí mismo, facilita la aceptación de cualidades, habilidades, defectos, carencias, conocer las propias limitaciones ayuda al desarrollo de una relación adecuada con las personas del entorno. Es la base fundamental para que una persona se desarrolle completamente física y mentalmente; el autoestima se aprende en la infancia se desarrolla por las experiencia adquiridas del medio social, es responsable de éxitos o fracasos. El auto concepto responde dos interrogantes: ¿cómo me veo y cómo actuó con los demás? conocer sus limitaciones propicia una relación adecuada con las personas de su entorno.

Cada uno de estos factores es la base fundamental para que una persona se desenvuelva exitosamente.

Las habilidades sociales son la manera en que se actúa personalmente ante las circunstancias o relaciones que se presentan; éstas involucran sentimientos y creencias, Según los manuales de orientación, es importante el fortalecer estas habilidades para que los jóvenes aprendan a tomar decisiones que fomenten el cuidado de la salud; expresar sus pensamientos libremente; afrontar correctamente las presiones de amigos, del contexto en el que se desarrolla que los predisponga a el consumo de sustancias a la práctica de conductas adictivas, sin que este hecho provoque sentimientos de culpa o inseguridad. Es recomendable también estimular las destrezas para resolver conflictos y situaciones de peligro y el desarrollo del trabajo en equipo, mismo que se puede fortalecer en la escuela y familia. Todos estos factores de protección favorecerán que el individuo sea social, personal y psicológicamente pleno.

El asistir a la escuela puede presentar satisfactores al joven para seguir en ella, como el aprender cosas nuevas, practicar deportes, ocupar el tiempo libre, convivir con amigos y hacer nuevos contactos promover el desarrollo social y personal, evitando situaciones que predispongan al joven a practicar conductas adictivas.

1.5 Público al que se dirige la propuesta: La juventud actual

El concepto de juventud no tiene un solo sentido, ni un enfoque único generador que lo defina, “El pensar en el joven mexicano como chavos y chavas reventados, alivianados, que se encaminan a forjar un criterio crítico, independiente y participativo, reduce a la juventud a un imaginario urbano y clase medio idílico”.⁵⁴ Estaríamos por lo tanto cayendo en el error de tipificar y

⁵⁴ Mauricio Toledo Gutiérrez, “El papel de los jóvenes en la consolidación de la democracia”, en *Trabajo Social*, Ed. Escuela de Trabajo Social, julio 2003, Pág. 93.

homogeneizar a una juventud que en esencia es diversa. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)⁵⁵ establece como población joven a la comprendida entre los 15 y 29 años de edad. La ley de las y los jóvenes del Distrito Federal define al joven como “sujeto de derecho cuya edad comprende el rango entre los 15 y los 29 años de edad, identificando como un actor social estratégico para la transformación y el mejoramiento de la ciudad”.⁵⁶ En el artículo 30 de la misma ley establece que “todas las y los jóvenes tienen derecho de fortalecer y expresar los diferentes elementos de identidad que los distinguen de otros sectores y grupos sociales y que, a la vez, los cohesionan con otros”.⁵⁷

La juventud es un periodo de vida que se caracteriza por cambios biológicos, psicológicos, culturales y sociales a partir de los cuales

⁵⁵ INEGI: es un órgano autónomo del gobierno mexicano, se encarga de generar, integrar y proporcionar la información estadística y geográfica de interés nacional. Se encarga de realizar censos económicos, poblacionales, de violencia intrafamiliar recopilar estadísticas de ocupación y empleo entre otras, en Cuéntame de México, 2009.

⁵⁶ Asamblea Legislativa del Distrito Federal, *op.cit.*, Pág. 7.

⁵⁷ Asamblea Legislativa del Distrito Federal, *op.cit.*, Pág. 14.

las y los jóvenes generan su identidad juvenil, en donde los estilos y el *look*, juegan un papel importante como formas de expresión (el graffiti, la ropa, la música, el lenguaje, los accesorios).

Entre las subculturas e identidades juveniles podemos distinguir a los góticos, darks, skatos, emos y tigres, entre otros. A pesar de las diferencias que caracterizan a cada grupo se comparten los mismos problemas: la falta de oportunidades educativas, laborales, la represión, la marginación, la pobreza, la exclusión, el vandalismo, las drogodependencias, las adicciones psicosociales, la falta de servicios públicos, la inseguridad, entre algunas otras. Regularmente, a los jóvenes se les atribuye la generación de problemas, la propagación de enfermedades sexualmente transmisibles a través de estéticas efímeras que percibimos, como películas y medios de publicidad. “La juventud no es una condición natural sino una construcción histórica que se articula sobre recursos materiales y simbólicos. La distribución social de estos recursos es asimétrica. Se es joven de diferentes maneras en función de la diferencia social, de parámetros como el dinero, el

trabajo, la educación, el barrio, el tiempo libre”.⁵⁸ Entonces, la condición de juventud no se manifiesta o ejerce de la misma manera en todos los jóvenes; son sensibles de distinta forma a la tecnología y a las imágenes, por ejemplo. Cada época tiene sus propias características de ser joven, toda juventud contiene nuevos códigos y nuevas culturas; son los nuevos actores sociales.

En el medio cinematográfico existen cintas como *Trainspotting* (“Vida en el abismo”), dirigida por Danny Boyle, que presenta situaciones de riesgo y descontrol en las que un adicto no tiene responsabilidades, carece de pareja y sólo debe hacer lo necesario para conseguir su droga; podemos recordar la frase que uno de los jóvenes responde, cuando le preguntan acerca de las sensaciones que produce la heroína: “Piensa en un orgasmo, multiplícalo por mil y aún estarás lejos” o “Yo elegí no elegir la vida, yo elegí otra cosa, y las razones: no hay razones. ¿Quién

⁵⁸ Mario Margulis y Laura Ariovich, *La juventud es más que una palabra: Ensayos sobre Cultura y Juventud*, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1996. Pág. 133.

necesita razones cuando tienes heroína?”. En *Kids* (“Vidas perdidas”), del director Larry Clark, se plantea a una juventud carente de valores, donde los personajes viven una constante vorágine de situaciones, sexo y drogas sin un objetivo que no sea más que vivir el momento. “Réquiem por un sueño” dirigida por Darren Aronofsky, enfatiza el tráfico de drogas en este sector de la población, situación que se presenta más a menudo en la juventud, debido a la falta de orientación, de información y límites. En México, existen también cintas de este estilo como “Amores perros” por Alejandro González Iñárritu, “Y tu mamá también”, dirigida por Alfonso Cuarón, en las que se enfatiza la violencia, la violación y el robo que atañen a la juventud y que le adjudican un carácter delictivo. Estas películas se podrían catalogar como crudas, excesivamente violentas o exageradas, pero existe todo un panorama en el que estas situaciones pueden ser realidad, constituyen un perfecto ejemplo de la constante desvalorización del ser humano. Sujetos a modas, a estilos de vida que no caracterizan sus valores, sino sólo los gustos en determinadas épocas.

Es por eso que en lo referente a campañas de prevención dirigidas a jóvenes, se debe, considerar que con la aparición de nuevas subculturas juveniles se presentan nuevas adicciones que acompañan a las mismas. Es necesario ofrecer información, objetiva, que promueva el cuidado de sí mismos, sin prejuicios, a fin de contrarrestar, los riesgos y posibles daños asociados a las conductas psicosociales adictivas. Así mismo desarrollar modelos interdisciplinarios de intervención, prevención y diagnóstico eficaces.

1.6 Macroproyecto Desarrollo de Nuevos Modelos para la Prevención y el Tratamiento de Conductas Adictivas de la UNAM

La Universidad Nacional Autónoma de México, cuenta con el Programa Transdisciplinario en Investigación y Desarrollo para Facultades y Escuelas, el cual vincula una serie de Macroproyectos en respuesta a la problemática que se desarrolla a nivel nacional e

internacional, que a pesar de los esfuerzos realizados, no se consiguen solucionar satisfactoriamente.

Entre los objetivos de los Macroproyectos está el buscar el fortalecimiento de la investigación en las diferentes facultades y escuelas, para la formación de nuevos especialistas; a través de la incorporación de estudiantes en general. Fomentar nuevas redes de investigación e impulsar la colaboración multidisciplinaria aprovechando la diversidad académica nacional e internacional, para fortalecer los recursos de la universidad frente a los problemas.

En la actualidad la universidad cuenta con siete Macroproyectos: Tecnologías para la Universidad de la Información y la Computación, cuya entidad titular es la Facultad de Ciencias; Manejo de Ecosistemas y Desarrollo Humano, donde la responsable es la Facultad de Estudios Superiores Iztacala; La Ciudad Universitaria y la Energía, encabezado por la Facultad de Ingeniería; Diversidad, Cultura Nacional y Democracia en Tiempos de la Globalización: las Humanidades y las Ciencias Sociales frente

a los Desafíos del Siglo XXI, cuyas Facultades responsables son Filosofía y Letras y Ciencias Políticas y Sociales; Nuevas Estrategias Epidemiológicas, Genómicas y Proteómicas en Salud Pública, cuya responsable es la Facultad de Medicina; Productividad Sostenible en los Hatos de Cría en Pastoreo, donde la titular es la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia; Desarrollo de Nuevos Modelos para la Prevención y el Tratamiento de Conductas Adictivas, a cargo de la Facultad de Psicología.

El Macroproyecto **Desarrollo de Nuevos Modelos para la Prevención y el Tratamiento de Conductas Adictivas**. Dentro de esta investigación se encuentran veintiún proyectos, los cuales se dividen en cuatro líneas de investigación: Diagnóstico, Prevención, Modelos de Intervención y Tratamiento, e Investigación Básica.

El trabajo interdisciplinario se realiza entre: las Facultades de Psicología, Medicina, Derecho, Economía y Ciencias Políticas y Sociales; las Escuelas Nacionales de Enfermería, Trabajo Social, Artes Plásticas y Preparatoria; los Colegios de Ciencias y Humanidades; la Facultad de Estudios Superiores Acatlán; la

Dirección General de Servicios Médicos; el Instituto de Investigaciones Sociales, de Investigaciones Jurídicas y el Instituto Nacional de Psiquiatría.

El Macroproyecto se propone innovar en el abordaje sobre el fenómeno adictivo, basados en los programas que se tienen actualmente para desarrollar y evaluar nuevos modelos de intervención, dicho problema ha crecido alarmantemente entre la población, que se ve expuesta a un medio en constante cambio. El cual tiende a la pérdida de identidad y solidaridad del individuo.

1.7 Proyecto Visiones y Voces en torno a las Adicciones de la ENAP

El proyecto se vincula en la línea de diagnóstico del Macroproyecto sobre Adicciones de la UNAM. La intervención es para comprender la Subjetividad contextual que conlleva la adicción e identificar sus rasgos principales, para establecer un diagnóstico, a través de dispositivos visuales. Uno de los objetivos

del proyecto *Visiones y voces* es la introducción de jóvenes universitarios a la producción visual, donde transmitan sus mensajes, y percepciones propias en torno a las adicciones.

Son Imágenes *ad hoc* con una calidad estética conceptual y persuasiva, que abren la exploración y análisis a las imágenes fotográficas, para establecer un diagnóstico a través de ellas. Lo que propone un carácter reflexivo terapéutico (*arte terapia*) y preventivo.

El proyecto Visiones y Voces propone el análisis formal, cualitativo y hermenéutico de imágenes fotográficas, pues la imagen no tiene una capacidad auto reflexiva para analizarse a sí misma; es por eso que propone, el deconstruir la imagen, misma que en cada abordaje puede surgir otra interpretación o característica en construcción del discurso visual.

Los objetivos del proyecto Visiones y voces están dirigidos a la generación de nuevas estrategias de diagnóstico donde se incluyan la percepción que los jóvenes; el desarrollar primordial

nuevos recursos académicos para la creación de nuevos profesionales, la creación de espacios subjetivos que permitan el análisis sobre el fenómeno adictivo, involucrar a la comunidad estudiantil de la Escuela Nacional de Artes plásticas a la producción visual, la cual permita su análisis formal, interpretativo y contextual. Estas imágenes forman un acervo para las campañas de comunicación del Macroproyecto

La participación de las y los estudiantes de la ENAP, fue mediante la convocatoria para realizar fotografías acompañadas de un texto sobre adicciones, Dichas imágenes rescatan la cultura visual del individuo, que se percibe a través de la visión de los jóvenes creadores en un acervo fotográfico

Marco teórico de la investigación de *Visiones y Voces en torno a las Adicciones* propone un conjunto inédito de operaciones hermenéuticas sobre productos fotográficos, que se lleva a cabo como traducción desde la imagen a la palabra mediante el análisis formal y el enfoque hermenéutico aplicados al lenguaje visual

permiten apoyar, en una vía interdisciplinar, las interpretaciones y hallazgos. el marco teórico del estudio implica distintos campos referenciales: Teoría e Historia del Arte, de la Imagen, del Lenguaje y de la Fotografía, Psicoanálisis, Posmodernidad y Estudios de Género, entre otros. Como una manera de responder a la necesidad de abordar estas disciplinas se propone la realización de dos seminarios de formación teórica, *Introducción al modelo interpretativo* y *Pensar la imagen*

Los seminarios consisten en revisión de textos, análisis icónico y simbólico, pláticas o conferencias, revisión teórica, revisión de textos vivenciales. En los que se participa mediante la exploración de diversos temas, y objetivos planteados en cada sesión. Las opiniones vertidas muestran las distintas formas de vida, en los participantes y la manera particular en que se perciben las adicciones.

El análisis formal de la obra se efectuó de acuerdo a categorías estéticas, las cuales no solo entran las pictóricas sino también las

literarias y cinematográficas, para profundizar en el mensaje a comunicar ya que al no poseer un lenguaje articulado lo hace por medio de estos mensajes visuales; algunas veces la imagen es acompañada de un breve texto del autor, lo cual permite el apoyando en el análisis. Dichas imágenes rescatan la cultura visual del individuo, que se percibe a través de la visión de los jóvenes creadores en un acervo fotográfico.

Capítulo 2 El folleto como soporte gráfico

Capítulo 2 El folleto como soporte gráfico

Desde la antigüedad, se hace presente la necesidad de comunicación y expresión del ser humano; observamos testimonios inherentes en las pinturas rupestres, como las de España y Francia: el hombre utiliza las cuevas para vivir y plasmar sobre sus muros hechos de la vida cotidiana, mensajes simbólicos, costumbres, ritos religiosos. En estos lugares surgen las primeras ideas de comunicación hasta desarrollarse en soportes como las tablillas de arcilla, piel de animales, papiros, papel; en los cuales las primeras civilizaciones ubicadas en Egipto, China, Mesopotamia, entre otras, implementaron la escritura; hoy es un medio donde se podría dar testimonio de estas culturas en algunos casos desaparecidas. Otro progreso importante en los procesos de comunicación fue la Imprenta de tipos móviles de Johannes Gutenberg, la cual deja huella en el desarrollo que tuvieron el libro y la escritura, así como los soportes para la elaboración de libros, carteles, folletos, revistas, entre otros;

mismos que aún hoy siguen evolucionando con los constantes cambios sociales y culturales que viven los individuos.

Actualmente, los medios de impresión han cambiado notoriamente; se usa la impresión, la cual favorece el bajo costo en grandes tirajes y en la producción de folletos.

El folleto va de la mano con la revolución industrial, uno de sus objetivos fue mostrar los inventos novedosos. Por medio del realismo que la imagen fotográfica otorga, se daban a conocer estos adelantos, lo cual incitaba al consumo. El material impreso se desarrolla aún más con las revoluciones culturales y sociales de la época, como el Art Nouveau y el Jugendstil, donde se empleaban las líneas y formas orgánicas como herramienta compositiva. El movimiento Art Decó en el tránsito del siglo XX, se extiende con popularidad en el campo publicitario en el que se puede distinguir la tipografía *Broadway* característica del movimiento. Con la Bauhaus, en pleno siglo XX, la tipografía toma nuevos desarrollos, los cuales se proyectan en numerosos

impresos como revistas, folletos y libros. Durante la segunda mitad del siglo XX, en el *Pop Art*, incluso la ropa sirve como soporte impreso. En México, observamos al folleto a principios de siglo pasado con los grabados de Guadalupe Posada, que se realizaron para la imprenta Venegas Arroyo, los cuales podemos observar gracias a las recopilaciones hechas en revistas, libros y catálogos de museos.

En la actualidad, los folletos están en constante búsqueda de innovación, Inicialmente eran más tipográficos que ilustrativos. Hoy en día, con la enorme variedad de herramientas con que se cuenta y la gran cantidad de mensajes transmitidos, intenta satisfacer la necesidad de comunicar utilizando una o varias técnicas de impresión, formatos y tintas, lo cual va siempre en función de qué tipo de mensaje se necesita transmitir, la creatividad del diseñador y sin olvidar que los costos también influyen en el resultado final de un proyecto de diseño.

Cada proyecto de diseño tiene características diferentes, por lo que conviene establecer su tipología general: qué objetos impresos se producen con más frecuencia, y qué problemas representan. En el caso del folleto, se trata de un objeto persuasivo, del cual la gente adquiere información de primera mano, valorándose la entrega personalizada del mismo. A través de este soporte, se manifiesta la sensibilidad de la empresa o institución que lo proporciona, existiendo una estrecha relación entre la calidad gráfica del impreso y las características de la empresa o institución que lo produce.

La eficacia del diseño, del papel y de la impresión de un folleto, hace que éste se convierta en una pieza difícil de desechar; son materiales que se pueden consultar una y otra vez, ya que ofrecen una amplia gama de posibilidades creativas gracias a su impacto visual y amplio alcance.

Ahora bien ya se mencionó lo ventajoso que puede ser un soporte de este tipo, pero ¿cómo lo podemos definir?, ¿cuáles son sus características principales?

El folleto es definido por Gerardo Kloss Fernández como “un libro sumamente corto [...] que casi siempre contiene material instructivo o publicitario”,⁵⁹ en el *Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas*, se precisa como “Impreso no periódico que consta de más de cuatro páginas y menos de cincuenta”.⁶⁰ Los folletos también son llamados panfletos u opúsculos. Debido a su carácter promocional, los folletos son diseñados con un carácter informal, debido a que la disposición de elementos en el mismo puede variar de una página a otra. Estos objetos deben mantener una atmósfera de confianza en su contenido, el cual deberá informar al receptor sobre el emisor de manera eficaz y clara.

⁵⁹ Gerardo Kloss Fernández del Castillo, *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación, tecnología en el diseño editorial*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1992-1994, Pág. 169.

⁶⁰ José Martínez de Souza (coordinador), *op. cit.*, Pág. 171.

Se pueden imprimir rebasados o sin margen, presentando una gran diversidad de opciones. El formato puede ser horizontal o vertical mismo que el diseñador tiene la libertad de elegir, así también, puede recurrir a los formatos comerciales de papel o buscar la flexibilidad que el material puede ofrecer: es posible combinar los mejores elementos de las diferentes formas de expresión gráfica.

2.1 Tipos de folleto

Los tipos de folleto funcionan de acuerdo a la información que contiene, si se publica para dar información, como el de un servicio social; para buscar el interés del lector por algún producto que se anuncia; atraer o modificar la decisión del consumidor, por ejemplo, algunas clasificaciones pueden ser el folleto de tipo

publicitario, social, de propaganda política, cultural, educativo e informativo.⁶¹

El folleto publicitario, es aquel que difunde las cualidades, ventajas y características de un producto, marca o servicio, entre otros. Estos elementos se pueden hacer llegar a un número considerable de receptores. Los folletos publicitarios pueden referir al producto y explicar su manejo, o sugerir nuevos usos del mismo; brindan información precisa que ensalza al producto para promocionar el mayor consumo. (fig.1)

El folleto de propaganda política, busca promover determinadas tendencias y persuadir a las masas para optar por determinadas ideas. Se persigue un resultado favorable para determinado emisor. (fig.2)

⁶¹ María de la Luz Pérez Sopera, Diseño de un Cartel, folleto y diaporama, como medio de apoyo del programa desarrollo integral de la adolescencia, México, 1997, Pág. 67-68.



Folleto publicitario fig. 1 imagen retomada de: <http://disenofolleto.com>



Folleto de propaganda política, fig. 2, imagen retomada de: <http://ciudadanosenred.com.mx>

El folleto cultural, ofrece la promoción y estimula el consumo y la asistencia a actividades, eventos o zonas culturales tales como obras de teatro, conferencias, conciertos, exposiciones, sitios arqueológicos, etc. Este folleto contiene información extensa sobre lo que se quiere difundir y relaciona varios temas entre sí. (Fig.3)

El folleto educativo o social, presenta un mensaje cuya finalidad es iniciar o instruir al público receptor sobre un tema o actividad de interés, sin el fin de vender algún bien o servicio, por ejemplo el cuidado de la salud. (fig.4)

El folleto informativo es aquel que tiene como objetivo informar, como su nombre lo dice, un mensaje sin fin de lucro. Dicho mensaje pretende que el receptor maneje o consuma el producto de una manera adecuada, atrayéndolo de un modo sutil al producto o tema que presenta. (fig. 5)



Folleto cultural, fig. 3, imagen retomada de: <http://tu-oaxaca.blogspot.mx>



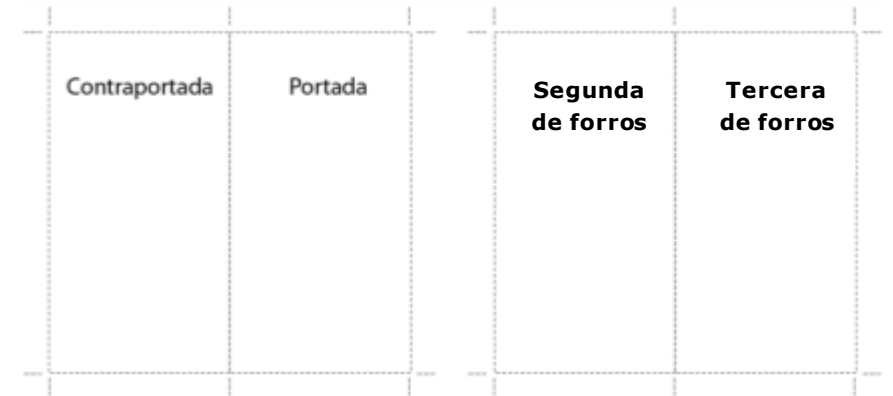
Folleto educativo o social, fig. 4, imagen retomada de: <http://www.ei-ie-al.org>



Folleto informativo, fig. 5, imagen retomada de: <http://www.premiosaspid.net>

La estructuración del folleto es, por lo general, la siguiente: portada o primera de forros, segunda de forros, tercera de forros, contra portada o cuarta de forros y páginas interiores (fig.6). La portada, por lo general debe estar ilustrada para invitar a su lectura y provocar la atención del receptor. La segunda de forros puede ser usada como índice, una introducción del mensaje a transmitir, o bien se puede dejar en blanco. La tercera de forros se utiliza como el cierre del mensaje, funciona como conclusión, también, si es requerido puede usarse para datos generales o quedar en blanco. La cuarta de forros o contraportada es el final de nuestro mensaje, donde se pueden ubicar logotipos, emblemas

institucionales, teléfonos, direcciones de contacto, etc. Las páginas interiores forman el contenido informativo del folleto. Es importante mencionar que la estructuración mencionada puede variar, dependiendo las necesidades concretas y la definición de cada autor, pero igualmente nos sirve como guía para organizar los esquemas subsecuentes.



Estructura del folleto, fig. 6.

Los folletos se dividen en dos grupos: ⁶² uno es el que contiene a los folletos y hojas sencillas o dobladas (tarjetas, anuncios, formas fiscales) y se clasifican en plegables (que no van cocidos) y el segundo grupo son engrapados (cocidos y pegados); dentro de este segundo apartado, se clasifican según el número de dobleces: dípticos, trípticos, cuadrípticos o folletines.

Los dípticos, son folletos de una sola hoja de cualquier formato, doblada en dos partes. Estos buscan interesar al receptor de primera instancia en la información que ya se conoce, pero se pretende demandar más de él, provocando la toma de decisiones y cambios de conducta. (fig. 7,8)

Los trípticos son folletos de cualquier formato de una sola hoja doblada en tres partes. (fig. 9, 10) De la misma forma, los cuadrípticos son folletos que pueden realizarse en cualquier formato, pero son doblados en cuatro partes. (fig. 11, 12)

⁶² Arthur T. Turnbull, y Russel N. Baird, *Comunicación Gráfica. Tipografía, Diagramación, Diseño y Producción*, Ed. Trillas, México, 1990, Pág. 353.



Fig.8 Folleto retomado de:
<http://disenofolleto.com>

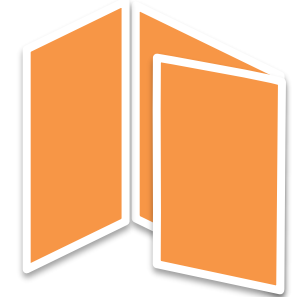


Fig. 9 Tríptico forma de
envolvente



Fig. 7 Díptico, folleto retomada de:
<http://disenofolleto.com>



Fig. 8 Díptico



Fig. 11 Cuadriptico



Fig. 12 Cuadriptico tipo ventana, doblez paralelo

Dentro de este rubro también se incluyen los volantes, son utilizados por su bajo costo y fácil distribución, lo cual hace posible repartirlos gratuitamente, posibilitando su mayor recepción entre el público. Sin embargo en la actualidad eso ha cambiado, ya que las personas no son tan accesibles al contacto a menos que en realidad busquen o les interese determinada información, incluso cuando ésta sea gratuita.

En suma, un folleto es un impreso de varios apartados que pueden estar unidos o no, de un formato cualquiera, con el fin de transmitir un mensaje a través de sus elementos gráficos para satisfacer la necesidad de comunicación.

La versatilidad que nos brindan materiales y formatos va en relación al contenido temático y la cantidad de información que se requiera. En este trabajo de tesis, el contenido es de tipo social, puesto que abordará el problema de las adicciones psicosociales en las y los jóvenes, conductas en las que cada vez más individuos se ven inmersos y un fenómeno que preocupa a toda la sociedad.

2.2 Diseño de folletos

El folleto debe planearse para lograr el objetivo fundamental de ser adquirido por un público. Aquí conviene destacar que tiene un índice de desperdicio, debido a que no toda la gente está interesada en dicho artículo o información. Gerardo Kloss menciona cinco aspectos fundamentales que se deben tomar en cuenta al diseñar un folleto:

“El folleto que se guarda, se lee, deja un aprendizaje, un folleto se guarda mientras dura el aprendizaje y después se tira, en cuyo caso es un pequeño desperdicio, un folleto que llega a manos de las personas adecuadas, pero que por cualquier razón, externa imponderablemente no las convence y se tira a la basura es un desperdicio tan lamentable como un buen intento fracasado por causas ajenas a la buena voluntad...”⁶³

⁶³ Gerardo Kloss, *op. cit.*, Pág.170.

La edición de un folleto debe ser bien cuidada, pues al consumidor no le será atractivo ningún material sin calidad y lineamiento; si la intención de un folleto es hacer un llamada de atención sobre cierta información y para que el lector adquiera un interés nuevo, es necesario que sea atractivo y diferente a los demás aunque esto implique que el contenido no sea tan profundo, abordando detalles necesarios y una imagen general, que es la que se promueve. Es importante que un folleto sea leído y conservado el tiempo requerido, o que se entregue a otra persona que lo requiera.

Los factores que favorecen el uso de un folleto son: en un texto prolongado, la existencia de continuidad en la presentación; presencia de varios ejemplos ilustrativos; material de catálogo o altamente técnico, cuando el contenido tiende a reflejar intereses promocionales.⁶⁴ Existen también elementos que forman parte de un desarrollo adecuado en el proceso de diseño: composición, formato, retícula, tipografía, imágenes, color.

⁶⁴ Arthur Turnbull T. y Russell Baird N. *op. cit.*, Pág.156.

Andrea Dondis define composición la como “la organización y orquestación de los medios visuales”.⁶⁵ Se trata de la ordenación de todos los elementos de manera armónica, cuyo fin es transmitir un mensaje agradable y claro en todos sus elementos, hecho que implica el orden de sus unidades en un determinado espacio visual. Aquí, cada elemento debe estar dispuesto de acuerdo a una retícula, la cual cumplirá con algunas técnicas visuales para lograr su objetivo y maximizar el mensaje.

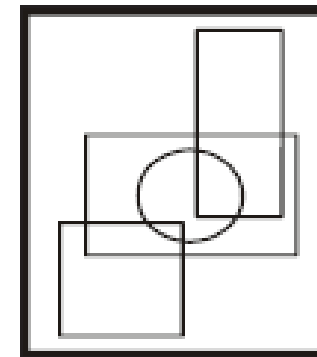
A continuación se presentan algunas de las técnicas visuales consideradas como las principales para la composición visual según Andrea Dondis.

Equilibrio – Inestabilidad

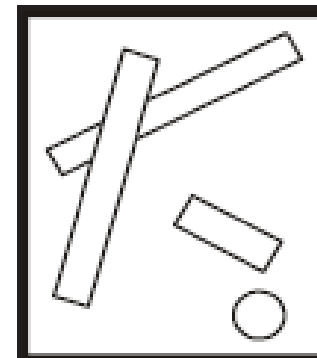
Su importancia se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la intensa necesidad de equilibrio, que se manifiesta

⁶⁵ Andrea Dondis, *La Sintaxis de la Imagen*, Ed. Gustavo Gill, Barcelona, 1991, Pág. 33.

tanto en el diseño como en la reacción ante una declaración visual. Su opuesto es la inestabilidad. El equilibrio es una estrategia en la que hay un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos, la inestabilidad es la ausencia de equilibrio y da lugar a formulaciones visuales muy provocadoras e inquietantes.



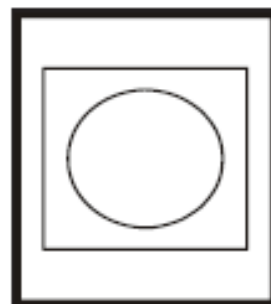
Equilibrio



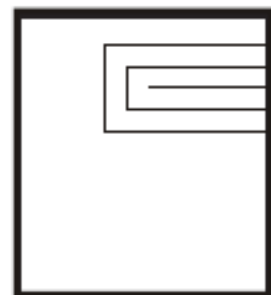
Inestabilidad

Simetría - Asimetría

El equilibrio se puede lograr en una declaración visual de dos maneras, simétrica y asimétricamente. La simetría son formulaciones visuales resueltas en las que cada unidad situada a un lado de la línea central corresponde exactamente otra de otro lado. Puede resultar estático e incluso aburrido.



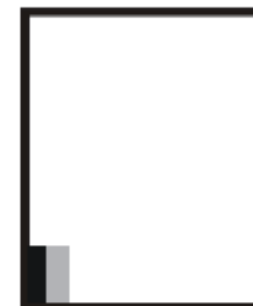
Simetría



Asimetría

Retención - Exageración

La retención persigue una respuesta máxima del espectador ante elementos mínimos, es decir, es la imagen especular de su opuesto visual, la exageración. La exageración, para ser visualmente efectiva, debe recurrir a la ampulosidad extravagante, ensanchando su expresión mucho más allá de la verdad para intensificar y amplificar.



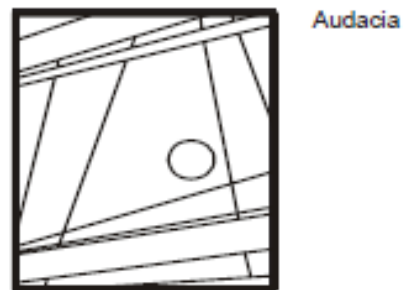
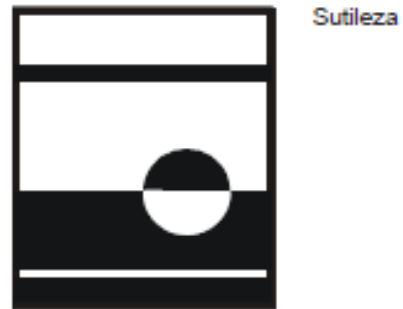
Retención



Exageración

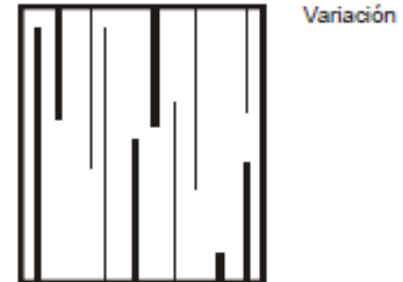
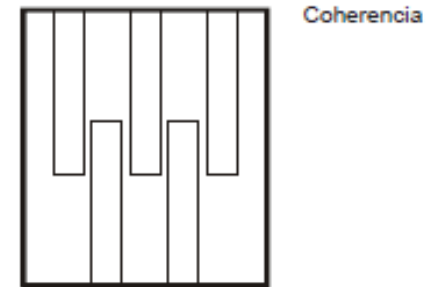
Sutileza – Audacia

La sutileza es establecer una distinción afinada rehuyendo toda obviedad o energía de propósitos, indica aproximación visual de gran delicadeza y refinamiento. La audacia recurre al atrevimiento, la seguridad y la confianza del realizador y su propósito es conseguir una visibilidad óptima.



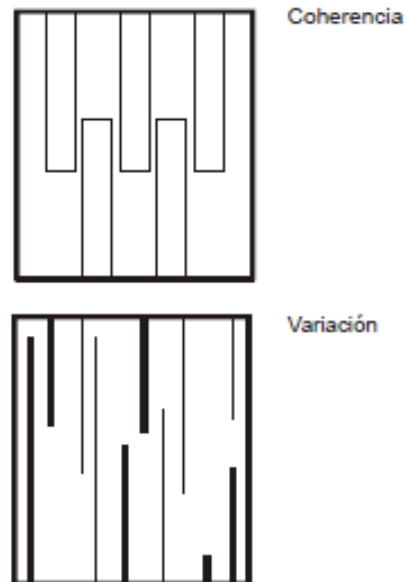
Coherencia – Variación

La coherencia es la técnica de expresar la compatibilidad visual desarrollando una composición dominada por una aproximación temática uniforme y consonante. La variación permite la diversidad. La variación permite la diversidad. La variación también refleja que las mutaciones están controladas por un tema dominante.



Realismo – Distorsion

El realismo es la técnica natural de la cámara la experiencia visual y natural de las cosas es un modelo del realismo en las artes visuales, cuyo empleo puede recurrir a numerosos trucos y convenciones calculadas para reproducir las mismas claves visuales que el ojo transmite al cerebro. La distorsion fuerza al realismo y pretende controlar sus efectos desviándose de los contornos regulares y, a veces, también de la forma autentica.



El formato es el tamaño final que tendrá el impreso, cortado y refinado. William Owen lo considera como un “esquema regular de tipografía y espacio, un recurso funcional que ayuda a la producción y al diseño”.⁶⁶ El formato se expresa en ancho y alto y por lo general será rectangular, aunque siempre se puede innovar con alguna otra forma. “El tamaño de un libro o impreso está relacionado con el número de hojas que comprende cada pliego (folio, cuarto, octavo, etc.) o indicando la longitud y anchura de la plana”.⁶⁷ (fig. 13)

⁶⁶ William, Owen, *Diseño de revistas*, Ed. Gustavo Gill, México, 1991, Pág. 158.

⁶⁷ José Martínez de Sousa, *Diccionario de la tipografía y el libro*, Ed. Paraninfo, 1981, Pág. 111.



fig. (13)

La retícula, es un elemento aliado en el que el diseñador gráfico se basa para generar soluciones a las diversas propuestas; pero también puede ser un punto inflexible que, si se aplica con demasiada rigidez, puede causar contratiempos. Se trata de una manera de estructurar el espacio. Dicha área, puede ser bi o tridimensional, pudiendo subdividirse en módulos o campos, los

cuales determinan la composición de los elementos y su distribución en el espacio por ritmo, textura, distancia, tamaño y separación. También es importante que la retícula exista en función del objeto que se va a diseñar, pues cada caso es diferente y tiene características determinadas. (fig. 14)

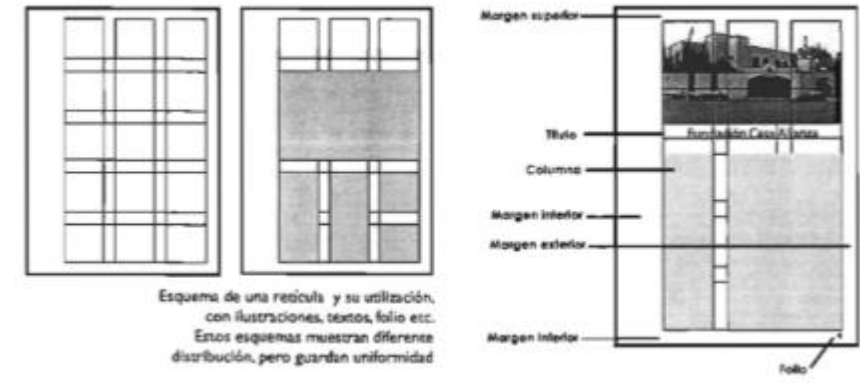


Fig. 14-

Tipografía es todo símbolo visual en la página impresa;⁶⁸ a sus elementos se les denomina caracteres, cuya principal función es la de transmitir mensajes. Para facilitar la lectura y comprensión del

⁶⁸ Arthur Turnbull T. y Russell Baird N., *op. cit.*, Pág. 76.

mensaje la tipografía debe elegirse meticulosamente, debido a que ésta se clasifica en grupos y, a su vez en familias y tipos. Según sus características pueden transmitir el carácter de una imagen, pues el lector considerara todos estos aspectos en la lectura.

Estas fuentes tipográficas las clasifica Gerardo Kloss⁶⁹ en seis rubros: las romanas; egipcias, mecánicas o mecanas; góticas; *script*, escritas o manuales e ideográficas, grotescas, las de palo seco o *sans serif*. Estas últimas ejemplifican los movimientos modernistas del siglo XX. Ejemplos:

Ejemplo: **ABCDEFGHIJKLM** (Times New Roman)

Ejemplo: **ABDCEFGHIJKLM** (Gill Sans)

Ejemplo: *Abcdefghijklm* (English 111 Vivace)

⁶⁹ Gerardo Kloss, *op. cit.*, Pág. 281.

Las imágenes son el apoyo visual de los medios gráficos impresos, cuya información se reafirma con su inclusión, “se considera imagen a toda ilustración, fotografía, etc., que posea las cualidades y que cumpla con las funciones de apoyo de complementan la información que el usuario”.⁷⁰



⁷⁰ Graciela Gonzáles Pérez, Diseño del Folleto informativo para el Museo Diego Rivera, Anahuacalli, México, 1998, Pág. 16.

El color se define como una “característica de la percepción visual-psicosensorial en cuanto es de naturaleza subjetiva, que permite al observador distinguir diferencias entre dos zonas del campo visual, logrando abstraer variación de formas, estructuras o posición en el espacio”.⁷¹ Las funciones del color en un impreso son: llamar la atención, producir efectos psicológicos, desarrollar asociaciones, ayudara la retención y lograr una atmósfera estéticamente placentera, entre otras.

Todo diseño conlleva un determinado proceso creativo, mediante el cual un diseñador gráfico podrá resolver una necesidad de comunicación. Este proceso consiste en planeación, preparación del original, producción e impresión;⁷² a esto podemos llamarlo método proyectual según Bruno Munari, El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su

⁷¹ Graciela Gonzáles Pérez, *Ibidem*, Pág. 16.

⁷² Arthur Turnbull T. y Russell Baird N., *op. cit.*, Pág. 14.

finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo.⁷³

La etapa de planeación es aquella donde se organizaran todos los aspectos técnicos, económicos y proyectuales que se utilizarán; se delimita el problema a resolver y los medios en que se presentará el impreso. Durante la preparación del original se hace el bocetaje del original con las imágenes y textos. En la etapa de producción, se dan los acabados finales y se imprime para su distribución. Este tema lo abordaremos con mayor atención en capítulos siguientes.

⁷³ Bruno Munari, como nacen los objetos, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1983, pág.12.

Capítulo 3 Material lúdico

Capítulo 3 Material lúdico

Es necesario el material lúdico para el fortalecimiento de la información que el folleto contenga para los y las jóvenes, permitiendo la actividad grupal, la interacción y socialización; haciendo más atractiva la información. Así, cuando nos referimos al diseño de materiales lúdicos y para contribuir de manera efectiva, estos objetos deben ser una apertura para que los individuos se involucren de manera positiva y receptiva. Por eso, estos objetos están diseñados para que interactúen en un medio conocido que tenga significado para ellos, en los que puedan vivir experiencias y desarrollar habilidades enriquecedoras.

Debido a ello debemos revisar las definiciones y tipos de materiales que podemos abordar, para facilitar el reforzamiento positivo del contenido con el material gráfico y lúdico que se diseña.

3.1 Definición de material lúdico

En primera instancia debemos definir qué son los materiales lúdicos y la diferencia con el didáctico, según definiciones existentes del concepto *lúdica* y del concepto *didáctica*.

El término *didáctica* viene del griego *didacstèkene* que significa *didac*-enseñar y *tékene*-arte, entonces se traduce literalmente como el arte de enseñar. Se define al material didáctico según José B.Carrasco como “el número de objetos o cosas que colaboran como instrumentos en cualquier momento del proceso de enseñanza-aprendizaje y provocan la actividad escolar”.⁷⁴ Bajo este concepto, el material didáctico es entonces un objeto usado en el proceso de enseñanza, facilitando dichos procesos con determinados criterios de instrucción y educación específicos. Como menciona Brunelle Lucien “El material didáctico proporciona

⁷⁴ Jose bernando carrasco, Juan basterretche, *Técnicas y Recursos para Motivar a Los Alumnos*, Ed. Ri a Ip, Madrid, 2004, Pág. 221.

la información práctica, fácilmente comprensible e instrucciones de tipo manual sobre fotografía, elaboración de diapositivas...”⁷⁵

Los materiales didácticos, por tanto, suelen usarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, la cimentación de habilidades, actitudes y destrezas

Ahora bien hablaremos del término lúdico con el cual generalmente nos referimos al juego, dicho término proviene del latín *ludus*-juego, esparcimiento, pasatiempo; “la lúdica se refiere a la necesidad del ser humano. Sentir, expresar, comunicar y producir emociones primarias (reír, gritar, llorar, gozar) emociones orientadas hacia la entretención, la diversión, el esparcimiento”.⁷⁶

Por lo tanto, para efectos de este trabajo de tesis, se retoma el concepto anterior y la propuesta no se enfoca en sólo

⁷⁵ Joshep Leif, Lucile Brunelle, *La verdadera naturaleza del juego*. Ed. Kapeluz, Buenos Aires 1978, Pág. 7.

⁷⁶ Bolivar, C. (1998). Aproximación a los conceptos de lúdica y Ludopatía. En página del V Congreso Nacional de Recreación Coldeportes Caldas, Universidad de Caldas, Colombia. FUNLIBRE. 15 de mayo de 2012.

proporcionar información sobre las adicciones psicosociales; se busca que a través de una actividad lúdica (un juego) se refuerce la información que se vierte en dicho folleto. Debido a la diversidad de espacios, que no se limitan únicamente al aula.

En la práctica del juego no es necesario una instrucción previa, es innato al ser humano, el niño enfrenta al medio exterior mediante el juego e incluso aprende de él, donde se desarrolla el ser humano, sociabiliza, se diversifica el lenguaje, la creatividad e incluso desencadenar conocimiento; es cualquier ejercicio creativo, actividad física o mental a que la que recurre el niño o el adulto.

3.1.1 El juego

Hace referencia a diversas actividades donde se necesita energía, destreza, agilidad mental, diversas emociones, creatividad, pero que tienen un mismo fin: el juego.

Inés Moreno indica “juego designa varias actividades y situaciones que tienen a su vez un estatus cultural diferente. La ruleta, la escondida o el tenis tienen en común el juego aunque apelen a conductas humanas diferentes”.⁷⁷

El juego está vigente en todos los seres humanos aunque se relaciona fundamentalmente con la infancia; se manifiesta a lo largo de toda la vida, incluso en una edad avanzada, pues el juego estimula al ser humano, provoca la búsqueda de soluciones diferentes de acuerdo a las necesidades de cada individuo y sus actividades. Josehep Leif y Lucille Brunelle mencionan “El juego resulta del contraste entre una actividad liberada y aquellas en las que normalmente se ésta, se integra, evoluciona entre oposiciones, se realiza superándolas”.⁷⁸

⁷⁷ Moreno, Ines. “El juego y los juegos”. Ed. Lumen, Buenos Aires, 1995, Pág.26.

⁷⁸ Joshep Leif, Lucile Brunelle, *ibidem*, Pág. 7.

El juego nos ofrece la oportunidad de liberar energía, surge espontáneamente, ya desde la antigüedad se utilizaba para la estimulación de habilidades como cazar y pescar, mismos que eran puestos en práctica para una mejor asimilación del entorno en el que se desarrollaba el individuo a temprana edad. Mario Wasserman postula “el amor de una madre se inicia a través del juego”,⁷⁹ es el primer enlace que tenemos con el medio exterior. Esta actividad liberadora brinda la ejercitación mental y física del ser humano. Puede ser independiente y mediante el cual podemos desarrollar la actividad creadora a través de mundos, formas y objetos, en una búsqueda de juegos nuevos y soluciones novedosas.

El juego, es fuente de aprendizaje, estimula la acción, la reflexión, permite investigar a través de los sentidos, al mundo que nos rodea: los objetos, las plantas los animales, las personas e interactuar con ellos. Es un instrumento que permite construir

⁷⁹ Mario Waserman *Aproximaciones psicoanalíticas al juego y al aprendizaje*. Ed. Noveduc, Buenos Aires, Argentina. 2008, Pág. 45.

progresivamente el entorno. Sin embargo también contiene reglas y rasgos que caracterizan a los diferentes tipos de juego.

3.1.2 Tipos de juego y la intervención del material lúdico

Ahora bien, debemos examinar los tipos de juego según diversos autores, y determinan donde se desarrolla la propuesta gráfica del material lúdico, que se propone en este trabajo de tesis, así mismo llevarla adecuadamente a su ejecución.

Hildegard Hetzer clasifica al juego en dos vertientes de recepción y acción. “En un caso se trata de recibir y elaborar interiormente [...] en el otro de participar activamente en el mundo, es decir juegos de acción”.⁸⁰

⁸⁰ Hildegard Hetzer, El juego y los juguetes, Ed. Kapeluz, Buenos Aires, 1978, Pág. 57.

En los juegos de recepción se necesita un ambiente controlado tranquilidad y coordinación con las actividades diarias. En los juegos de acción encontramos los enfocados al éxito con material concreto; los juegos de acción se enfocan en la acción misma, como los juegos de construcción son resultado de la experimentación y adquisición de conocimientos en medida que nos vamos desarrollando, sumamos información sobre el medio que nos rodea; existen juegos mentales como rompecabezas adivinanzas y juegos de ingenio donde se buscan soluciones razonadas, experimentando, ya que el atractivo no es encontrar la solución sino encontrar diferentes formas de llegar a ella.

Los juegos de asignación y de roles, aquí es donde forma o moldea en su imaginación personas, escenas, objetos y les otorga características que quizás no posee en la realidad incluso a el mismo, se asigna determinados rasgos ilusorios para desarrollarse en el juego. La ficción es un rasgo importante, un ejemplo son los “juegos de rol” o juegos de ficción utilizados en el *cyber* espacio.

Finalmente, los juego de aprendizaje un juego que presenta pocos retos, pero que puede considerarse una nueva oportunidad de aprendizaje. Raymon Wiman menciona “Desde que el niño nace, la mayoría de su aprendizaje lo realiza a través de la vista. Los jóvenes asocian la vista con el entendimiento que por lo general dicen ‘Ya veo’ cuando en realidad quieren decir entiendo”⁸¹ evoca la manera en que aprendemos, mediante los sentidos, que en su conjunto son diversas formas de contacto con el exterior.

Alfonso García y Josue Llull en su libro el juego infantil y su metodología, exploran a diversos autores como Piaget, W. Stern, entre otros. Sintetizan las características generales de la clasificación de cada autor.

W. Stern, clasifica los diferentes tipos de juego en: juegos individuales, de construcciones, juegos científicos, etc., dentro de estos tipo se localizan los juegos sociales cuya finalidad es

⁸¹ Raymon Wiman, *Material didáctico. Ideas prácticas para su desarrollo*, Ed. Tri llas, 1973, Pág. 7.

entender asimilar y comprender acciones, así como los comportamientos de otras personas.

De esta clasificación que hace según W. Stern nos interesan los juegos sociales, donde el sujeto interactúe con sus semejantes y trabaje en equipo. A Piaget lo resume de acuerdo a las etapas del desarrollo

“Juegos de ejercicio y sensoriomotor; se dan durante el desarrollo sensoriomotor, son juegos de entrenamiento, repetición y experimentación de sensaciones corporales[...]juego simbólico: son los juegos de hacer como si..., son juegos de imitación diferida[...] juego de reglas los juegos a los que jugamos tienen sus normas, que hay que comprender e interiorizar.”⁸²

Piaget clasifica al juego en tres tipos, juegos de ejercicios, reglas y sensoriomotor, donde la repetición de acciones es la característica principal; mover la cabeza repetidas veces ejercitar sus manos el

⁸² Alfonso García Velázquez, Alfonso García, Josué Llull Peñalba, *El juego infantil y su metodología*, Ed. Editex, 2009, Madrid, Pág. 89.

cuerpo en sí, patear una pelota; Juegos simbólicos, juegan a imitar roles, como el de papa, mama, doctor, bombero etc., a representar acciones y personas que no están presentes; y finalmente juegos de reglas, donde los niños aprenden, la elaboración de reglas en mutuo acuerdo y la flexibilidad que las mismas presentan en la ejecución de cada juego.

Se observa cómo los autores los clasifican en diferentes tipos; algunos tienen un desglose mayor en su contenido y otros los describen a grandes rasgos. Pero en los tres observamos coincidencias importantes, como las acciones en grupo e individuales; juego sociales donde entran los juegos de rol, y recepción.

Retomaremos, de acuerdo a los fines de investigación de este trabajo de tesis, características que expone Hidegar Hetzer. Dentro de su clasificación nos interesan los juegos de acción y a su vez los juegos de recepción y sociales. Pues uno de los objetivos de elaborar el material lúdico es que los individuos interactúen entre

sí; mediante la interacción un objeto o juguete, y para lograrlo involucra la ejecución de un juego. Esta herramienta lúdica debe ser un apoyo en la asimilación y recepción de información del folleto, fungirá como un vínculo reafirmante del conocimiento. El material informativo tiene como objetivo proporcionar conocimientos específicos sobre aspectos importantes de las adicciones psicosociales, en los jóvenes.

Capítulo 4 Diseño y producción del folleto informativo y material lúdico

Capítulo 4 Diseño y producción del folleto informativo y material lúdico

En este capítulo presentaremos el desarrollo de las propuestas gráficas, tras concluir el proceso creativo. Se presenta las fases que se realizaron, hasta la aplicación en un soporte gráfico y el planteamiento del material lúdico.

En primera instancia debemos explorar la importancia que tienen el diseño y la comunicación gráfica como lenguaje y su aplicación

Vivimos en un mundo donde estamos influidos preponderantemente por imágenes, en este medio, la información llega conformada visualmente, a través de la televisión, el internet, la publicidad en medios impresos, el multimedia y se ve asociada a la constante evolución de los mismos. Atada a la modernidad, la comunicación busca nuevas formas de transmitir el mensaje más eficientemente, para llegar mejor al público, no olvidando la palabra escrita pues ambos son fundamentales para

la comunicación. La comunicación gráfica se define como “una forma de comunicación visual que comprende los mensajes expresados, mediante signos, símbolos, iconos, Etc.”⁸³

El mundo contemporáneo se caracteriza por una importancia creciente de los medios de comunicación en los hábitos cotidianos y genéricos, así como en las esferas públicas y privadas, lo cual alude a la reorganización de los hábitos de interacción social [...] la redefinición de los usos de espacios públicos y la diversificación de ofertas culturales lúdicas y recreativas, participan en la configuración de nuevas formas de estructuración de interacciones humanas.⁸⁴

La información visual es una herramienta que usa un lenguaje universal, a través de signos y símbolos. La definición de comunicación según B. Fajes y Ch. Pagano es “poner en relación a

⁸³ José Martines de Souza, Diccionario de edición tipográfica y artes gráficas, Ed. Trea, Asturias, 2001

⁸⁴ José Manuel Valenzuela Arce, *Los estudios culturales en México*, Ed. CONACULTA-FCE, México, 2003, Pág. 257.

emisores y receptores, a través del objeto de la comunicación”⁸⁵

La necesidad del hombre de comunicarse, por ser esencialmente sociable; recae en la necesidad de nombrar los objetos que le rodean, este lenguaje se aprende a través de la relación que tiene con la madre, al inicio de su vida; pues el feto escucha la voz de su progenitores en especial a la madre con la que se establece un vínculo homeostático. Lacan refiere que el niño no necesita hacer uso del lenguaje, sino hasta que entra en escena el padre, rompiendo el nirvana existente con la madre; pues es ese estado no necesita más, hasta que entra un tercero que rompe la unión diádica con la madre.⁸⁶ Rosengren, describe a la comunicación humana como:

La interacción (influencia reciproca) que sea intersubjetiva (conocida mutuamente) e intencional, voluntaria y se realiza a través de símbolos verbales caracterizados por la doble articulación que, a su vez, se basa

⁸⁵ JB. Fages y Ch Pagano, Diccionario de los medios de Comunicación, Técnica, Semiología, Lingüística, Ed. Fernando Torres, Valencia, 1975, Pág. 51-52.

⁸⁶ Néstor A. Braunstein, Psiquiatría, teoría del sujeto, psicoanálisis: (hacia Lacan), Ed. Siglo XXI, Mexico, 2005, Pág.99

en sistema completo que incluye la fonética, la sintaxis, la semántica y la pragmática; en otros términos, <<la comunicación es una interacción ínter subjetiva y voluntaria mediante un lenguaje humano basado en la doble articulación y en un sistema simbólico>>.⁸⁷

El mensaje representa lo que el trasmisor quiere comunicar, en este mensaje se emplean conceptos o ideas universales. “Los medios impactan los gustos populares, los corrompen [...] los *mass media* trabajan más para el mantenimiento de la estructura sociocultural que para su transformación”,⁸⁸ se adapta al contexto de la sociedad.

En los medios masivos existe siempre un problema fundamental: “es reproducir exacta o aproximadamente, en un punto dado un mensaje seleccionado en otro punto.”⁸⁹ Las imágenes que aparecen en algunos medios, son un reforzamiento de la

⁸⁷ Erik k. Rosengren, *introduzione allo studio della comunicazione*, Ángel López García, José María Bernardo Paniagua, Beatriz Gallardo Paúls (ed) *Conocimiento y lenguaje*, Valencia, Ed. Universidad de Valencia, 2005.

⁸⁸ José Manuel Valenzuela, *op. cit.*, Pág. 248.

⁸⁹ JB. Fages y Ch Pagano, *op. cit.*, Pág. 51-52.

información planteada para facilitar la comprensión al público, pero también existe el punto donde la imagen falsea la realidad, y está sujeta a los propietarios de los medios de comunicación. La palabra escrita es un reflejo abstracto del mundo en que vivimos. “Toda comunicación puede ser vista desde diferentes puntos de vista. Los modelos de comunicación tienen ante sí un acto social complejo. Lo que varía es la materia prima con que se realizan las características normativas de la comunicación [...] éstos refieren a las características del contexto económico, político, social, cultural, situacional, climático y medio ambiental.”⁹⁰ Paúl Virilo dice que la ciudad ha dejado de ser necesaria porque ahora la gente no requiere proximidad espacial para establecer contacto visual y lingüístico, no hace sino indicar que, en términos puramente técnicos, sería posible comunicarse sin dejar la residencia. Pero es difícil suponer que el individuo deje de comunicarse a este nivel, a menos que, como ya hemos visto se tenga una adicción

⁹⁰ Salvador Arciga Bernal, Sociedad Mexicana de Psicología Social, Universidad Autónoma de Tlaxcala, *Del pensamiento social a la participación: estudios de psicología social en México*, Ed. UNAM, México, 2004, Pág. 73

psicosocial, que coadyuve a que el individuo se aislé voluntariamente de su entorno social.

Se dice que una imagen vale más que mil palabras, Esto podría aceptarse si a esa imagen se le saca el mayor provecho, pero no podemos dejar de lado la palabra escrita, ya que ambas en colaboración pueden trabajar en forma paralela y así extender la posibilidades de comunicación y el mensaje que se quiere transmitir, es decir, potenciar su contenido al máximo. La vida contemporánea, cada vez más compleja, impulsa una dinámica constante en las técnicas de divulgación, lo cual sería ideal mediante el buen uso de los medios masivos y de entretenimiento. En concreto el (la) diseñador(a) debe hacer uso combinado de la imagen y estructuras lingüísticas por más sencillas que éstas sean. La conjunción de estos elementos transmitirá un mensaje que se presenta en forma de signo lingüístico e imagen, las cuales se traducirán en un enunciado visual-lingüísticamente articulado.

¿Cómo se obtiene dicho propósito? Es a través del estudio de los diversos componentes para la comunicación, como son los soportes adecuados, los materiales y acabados, la tecnología, la imagen, los signos gráficos utilizados como es el color, la tipografía, formas, líneas texturas, espacios vacíos. Delimitar el tipo de mensaje, el usuario al que se dirige, todo esto en función del contexto en que se presenta en dicho momento.

La comunicación se apoya en la disciplina del Diseño y la comunicación Visual para planear, estructurar, desarrollar y difundir información vinculada a la resolución de necesidades sociales de individuos como empresas, instituciones, organismos sociales entre otros.

El papel del diseñador es trabaja con el ordenamiento, programación, interpretación de mensajes, para la comunicación visual, producidas generalmente por medios industriales, destinados a la transmisión de mensajes de grupos determinados.

El termino de diseño y comunicación está al frente de estos elementos que definen su actividad: un método; un objetivo; investigación, la posesión de técnicas para realizarlo, un campo y la disposición de los medios materiales para realizarlo.

“la disciplina profesional de la licenciatura en Diseño y Comunicación visual puede entenderse como un conjunto de estrategias instrumentos, procedimientos, técnicas, recursos del saber humano en que se establecen relaciones de intercambio de conocimientos y en los que intervienen la percepción fundamentalmente a través del sentido de la vista”⁹¹

⁹¹ Licenciatura en Diseño y comunicación Visual, Plan de estudios, escuela Nacional de artes plásticas, UNAM, p.4

4.1 Metodología para el diseño

La metodología del proceso creativo se ha explorado por diversos autores, para la resolución de un problema o necesidad que se presenta al diseñador, todos coinciden en que se debe seguir un método, el cual se divide en fases o etapas para desarrollar un proyecto. A continuación revisaremos varios métodos que se proponen para el desarrollo de proyectos.

Luz del Carmen Vilchis menciona que la metodología “responde a problemas determinados y sus características específicas, por lo que no es suficiente el conocimiento de los métodos, es necesario aplicarlos a las situaciones dadas”.⁹² Para ello el diseñador debe utilizar el mejor método que le permita realizar un proyecto de manera adecuada, así como las herramientas y las formas precisas. Vilchis propone cuatro etapas del proceso creativo: información e investigación, es el acopio y ordenamiento de material relativo al

⁹² Luz del Carmen Vilchis, *Metodología del diseño: fundamentos teóricos*, Ed. UNAM, 2002. México, Pág. 42.

problema; análisis, se efectúa la descomposición necesidades, requerimientos, limitantes; síntesis, que consiste en una propuesta formal al problema; y finalmente la evaluación, que se refiere a la sustentación formal en contraste con la realidad.

Bruno Munari propone otro modelo, el cual se desglosa en varias etapas: problema, definición del problema, recopilación de datos, análisis de datos, creatividad, materiales y tecnología, solución, modelos, verificación, dibujo constructivo, solución.

Uno de los procesos más reconocidos según José María Ricalde Bescos, refiere a la método científico, el cual se divide en cuatro etapas; preparación, incubación, iluminación y verificación. La primera fase de preparación es donde recopilamos información del problema, las necesidades, definición de los objetivos, limitantes. La segunda es incubación, es donde analiza y depura la información. La siguiente es iluminación es donde se realiza el proceso de creación, bocetos. Por último la verificación, valoramos las posibles soluciones, se seleccionan la respuesta más adecuada de acuerdo a las necesidades.

Como hemos podido observar en el proceso creativo para el diseño, es fundamental estructurar las etapas de desarrollo que se llevaran a cabo para una solución adecuada de un problema. Ciertos métodos se pueden complementan entre si pueden facilitar el uso y la optimización de los recurso que se emplean. Por lo tanto, en todo proceso creativo de diseño existe un problema a resolver y se delimitan las necesidades; se reúne información y se analiza, para desarrollar propuestas que se valoran de acuerdo a las necesidades y limitantes que se formaron al principio, para finalmente realizar la solución más adecuada al problema.

De acuerdo al modelo que desarrolla Luz del Carmen Vilchis se procederá desarrollar el proceso creativo, en base a las etapas propuestas en él, y adecuado a las necesidades propias del proyecto.

4.2 Propuesta grafica del folleto informativo

Este capítulo tiene como objetivo presentar la propuesta gráfica con que se finaliza la investigación realizada, el proceso creativo en base a la metodología de Carmen Vilchis y las etapas contenidas en el mismo; son: información e investigación, análisis, síntesis, y evaluación.

Debido a los cambios sociales de nuestro tiempo, se ha modificado el tipo de dependencias psicosociales, como formas de comportamiento adictivo; así podemos observar cómo se ha concentrado en los jóvenes de todas las clases sociales sin excepción, en estas prácticas se encuentran el *look*, la moda, el sexo, y el juego entre otras.

Es por ello que se busca el diseño y desarrollo de un material gráfico lúdico e informativo que contenga las principales características de cuatro adicciones psicosociales, aunado a la intervención y el uso del acervo fotográfico del proyecto *Visiones y Voces en torno a las Adicciones*, para su difusión

Como primera fase de la metodología se delimita el problema y sus necesidades, Para ello observamos la falta de material informativo para llegar a los jóvenes sobre conductas socioculturales adictivas o denominadas nuevas adicciones, y satisfacer sus necesidades de información, se propone como recurso gráfico un folleto como medio idóneo para la solución del problema informativo, aunado a un medio lúdico que refuerce y facilite la asimilación de la información sobre prácticas socioculturales adictivas, en apoyo a las intervenciones de prevención que realiza el Macroproyecto sobre Adicciones de la UNAM, así como la difusión del acervo fotográfico del proyecto *Visiones y Voces en torno a las Adicciones* de la ENAP.

4.2.1 Perfil del público al que se dirige

Sobre el público al que se dirige la propuesta, en capítulos anteriores se determinó abarcar a la juventud actual, la cual oscila entre los 15 y 29 años de edad. Se seleccionó este rango debido a que a esta edad el sujeto se ve influenciado en mayor medida por

los constantes cambios que ocurren en la sociedad contemporánea, y a la firme búsqueda de identidad, así como la constante depreciación del ser humano y falta de herramientas, de codificación, psicograficas, para el desarrollo de habilidades sociales. La escasez de respuestas adecuadas en medio de situaciones de riesgo, en otros, son los rasgos que caracterizan a este sector de la población joven.}

4.2.2 Recopilación y selección de información para el folleto y material lúdico

Para la realización de este folleto, fue necesario investigar sobre las adicciones psicosociales, definir las características y seleccionar cuatro de ellas, así mismo observar la relación que esas conductas adictivas guardan entre sí. En cuanto a los factores de riesgo, se procedió a explorar definiciones de diversos autores y el ámbito en que los mismos involucran al sujeto en sus diversas conductas, cómo lo afectan y el medio en que se desarrolla. Respecto a los factores de protección, se busco una definición de los mismos y

establecer la manera en que se deben abordar para prevenir adicciones psicosociales, a su vez, cómo el individuo mediante el cambio de conductas en su medio social y familiar, puede evitar situaciones de riesgo, mismas que propiciarían una fractura en sus relaciones personales y sociales.

Ahora bien, una vez realizado este proceso en los capítulos anteriores, se procedió a depurar la información bibliográfica; se eligieron cuatro adicciones poco comunes, que coincidieran con el acervo fotográfico de *Visiones y Voces en torno a las Adicciones*, mismas que por sus características se relacionaran entre sí o desencadenaran otras conductas adictivas según los autores revisados, y la relación con la imagen corporal, la reafirmación del individuo y el culto al cuerpo; de acuerdo a los resultados de las Jornadas de reflexión sobre adicciones II, que se realizó en octubre del 2008 se destacó que la mayoría de las referencias visuales de la muestra corresponde al 39%, a lo que se denominó **otras adicciones**, dentro de este rubro, entran la adicción a los medios, ego adicción, al juego, el look, sexo, el consumo.

En el la búsqueda de información sobre se observo que no existía información de primera mano, sobre estas adicciones, pues son relativamente nuevas, en cuanto a las instituciones privadas solo se presenta la atención más detallada como en los trastornos alimenticios, la ludopatía, la distrofia sexual e incluso las instituciones de salud pública como el CONADIC, la Comisión Nacional Contra las Adicciones, únicamente presenta información sobre las drogas tales como: alcohol, tabaco, marihuana, estimulantes de tipo anfetaminico, cocaína, drogas de diseño, inhalantes, opiáceos. Salvia, drogas de prescripción médica, en los centros de integración juvenil únicamente se manejan estas mismas adicciones, sin embargo cabe señalar que en la mayoría de los folletos y materiales de información responde a las preguntas frecuentes mismas que se propuso responder; ¿qué es?, ¿cuáles son su detonantes y características?, ¿cuáles son los factores de protección?

Las adicciones seleccionados son las relacionadas con el ego, las compras, la comida (dentro de ésta se contemplaron anorexia,

bulimia y sobreingesta) y, finalmente al sexo. Se retomaron características esenciales de cada adicción psicosocial, que cada autor menciona, factores que las detonan y conductas que se presentan en cada una de ellas. Así mismo, se retoma una definición de adicción psicosocial, con los componentes fundamentales basándose en los diversos autores que se abordan en la revisión bibliográfica.

Para la redacción del folleto fue necesario dividir la información, desde lo más sencillo a lo más complejo, desde lo conocido a lo desconocido, respondiendo las preguntas que se plantearon.

Se elaboraron varios borradores de la información para destacar lo más esencial de cada adicción.

Como menciona Jordi Xifra en su libro, Técnicas de relaciones Públicas; el folleto puede conceptualizarse de dos maneras: La concepción modular, donde el folletos general se sustituye por diferentes documentos, y se adjuntan complementos, un folleto

general de síntesis que tiene la posibilidad de ser hojeado, leído y retenido; y en la concepción por niveles de lectura se trata que en primera instancia el lector lo hojee y pueda darse una imagen general de la organización o de la información únicamente a través de las ilustraciones, las leyendas y algunos títulos, es posible que quiera ahondar en la información., por lo tanto es necesario que la información se presente de manera objetiva, sencilla y clara para que la recepción sea fácilmente abordada en cualquier momento. Menciona directrices, para la redacción de folletos: Las frases deben ser cortas, utilizar un cuerpo de letra, entre 8-12 puntos. Ya que a menudo los lectores ignoran los escritos en letra demasiado pequeña, utilizar muchos espacios en blanco, los márgenes anchos las sangrías, y alguna página corta evitan que el documento parezca pesado y demasiado difícil de leer, utilizar alineación izquierda en lugar de justificada esto da al documento una apariencia relajada y moderna, para destacar elementos se utilizara, negrita, ya que es más fácil de leer que las palabras mayúsculas.

4.2.3 Acervo fotográfico del proyecto *Visiones y Voces en torno a las Adicciones de la ENAP*

La intervención con dicho acervo se hizo recurriendo a las fotografías del catálogo electrónico del mismo, donde se presentan las más diversas e innovadoras interpretaciones que cada autor(a) plantea sobre el tema de las adicciones, de manera sutil o explícita.

Dicha muestra se organiza en cuatro fases narrativas, donde se trazan las etapas en las que el individuo se sumerge en adicciones como el tabaco, el alcohol, las sustancias psicotrópicas y las conductas adictivas psicosociales; estas etapas se clasificaron en:

1) *Objetos del deseo* aquellas imágenes que se vinculan a objetos que forman parte del entorno representativo de una adicción. 2) Las imágenes que representan un preámbulo a la adicción o que simplemente la sugieren como un detonante de las mismas: prelegomenos. 3) La representación de situaciones donde ya se está inmerso en dichas conductas adictivas: *Actos*. y (finalmente) la manifestación visual de las consecuencias que el ser humano

sufre con los cambios y pérdidas provocadas por una o varias adicciones: Epílogos

Esto es, a grandes rasgos, una descripción del conjunto fotográfico que sirve de apoyo a la propuesta de diseño, para entender qué tipo de imágenes se adecúa a este propósito. La selección de fotografías se hizo mediante el abordaje temático, buscando que ejemplificaran las adicciones psicosociales que se estudian en esta investigación, y que se relacionan entre sí de manera constitutiva.

Se eligieron veinticinco imágenes para la primera propuesta y veintiún imágenes para la segunda idea, tanto por su contenido visual como por los textos que algunos(as) autores(as) añadieron a su trabajo, fotográfico en los cuales argumentan sus intenciones, la perspectiva de cada situación, sus consecuencias, el contexto, los objetos mostrados, visiones particulares y sensibles.

Principalmente, se buscaron imágenes que fueran atractivas para el lector e ilustraran de manera clara los textos que se utilizan en

el folleto. Se eligieron por sus colores brillantes, alto impacto visual, saturación, contraste y contenido. Para la manipulación digital, se trató de respetar en lo posible la idea original, sin modificar el mensaje. Se extrajeron fragmentos de las obras, las cuales fueron intervenidas sólo para lograr una mayor apreciación y exaltar sus cualidades visuales y compositivas. Esto debido a que una de las limitantes sobre la intervención del acervo era que no se podían alterar o modificar de alguna manera, sino sólo retomarlas ya sea completamente o utilizar un fragmento de las mismas, sin que representara una pérdida del concepto de autoría. Estas imágenes las incluimos en el apartado de anexos así como los textos que las acompañan.

El folleto se plantea para impresión a color, pero en caso de ser necesario, se puede imprimir a escala de grises o a una sola tinta. De esta manera, las imágenes no se verían afectadas en su mensaje e intención, pues se debe tener en cuenta que por practicidad o tiempo se podría imprimir en un medio digital.

4.2.4 Propuestas del proyecto grafico

La propuesta más adecuada por su funcionalidad y presentación, fue la de un folleto horizontal plegable, que consta de cuatro columnas donde se ordena toda la información escrita y visual necesaria para su realización.

Se bocetaron varias propuestas, dentro de las cuales se estableció que la mejor solución sería un plegado de ocho páginas, tomando en cuenta la producción; dentro de sus cualidades, está la utilización de un texto prolongado que requiere la presentación de ejemplos ilustrativos tomados del acervo fotográfico del proyecto *Visiones y Voces en torno las Adicciones* de la ENAP. Otra ventaja es la utilización de un formato plegable en el que se puede experimentar y destacar por encima de otros soportes gráficos, llamando la atención de un público joven; se establecieron de acuerdo a las características del proyecto.

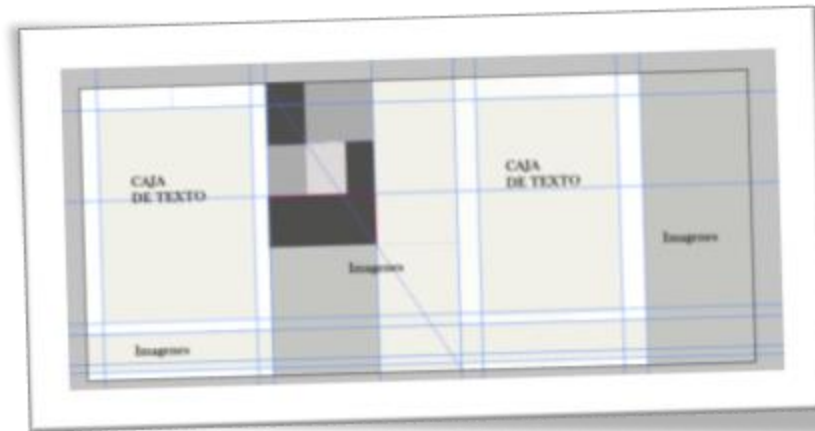
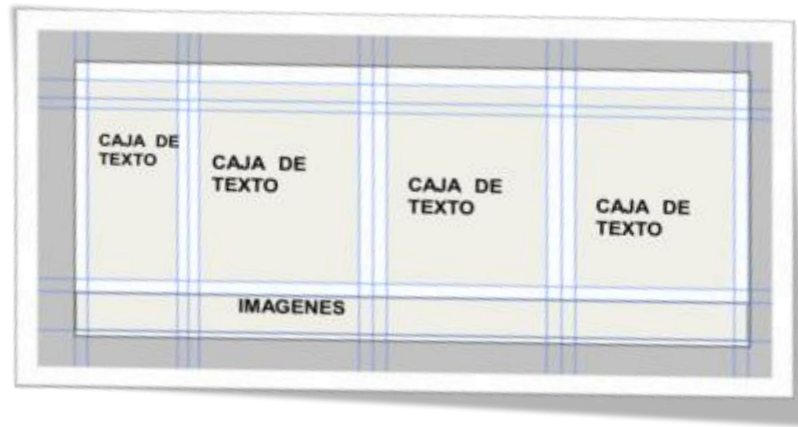
Dentro de los bocetos elegidos se establecieron dos posibles formatos: uno de un tamaño no tradicional (18x41cm) y el segundo en un tamaño más comercial: oficio (21.5 x 33.0 cm); a continuación detallaremos ambas propuestas.

4.2.4.1 Primera propuesta

La primera propuesta tiene el formato horizontal de 18 x 41cm; éste fue dividido en cuatro partes y es de auto cubierta, pues está integrada al mismo pliego, ocupando el primer espacio originado por su división. La primera parte mide 6.5 cm., las siguientes tres, miden 11.6 cm., 11.5 cm., 11.4 cm. respectivamente; debe tomarse en cuenta que cuando se hace el dobléz, las partes del folleto deben medir un poco menos a fin de soslayar ajustes innecesarios y evitar que se maltraten las orillas y pliegues. Los márgenes en las páginas interiores son: el superior de 1.00 cm., el inferior de 0.3 cm., el margen lateral izquierdo de 0.6 cm. y el lateral derecho de 0.8 cm.

La retícula fue dividida verticalmente en cuatro partes, en las que contendrán las cajas de texto. En el interior ubicamos la primera de ellas, que mide 5.5 x 14.2 cm.; las siguientes 4 cajas de texto; 10 x 14.2 cm. y la última caja funciona como contraportada, de 8.5 x 14.2 cm. Para las imágenes, se consideró una pleca donde se emplazarán las fotografías del acervo fotográfico, ubicándose en la parte inferior, de 2.5 x 41cm. en el interior del folleto y 2.5 x 11.4 cm. para la vuelta del mismo. La portada mide 11.5 x 18 cm, mientras otro campo de 6.5 x 18 funcionara también como portada.

retícula propuesta 1



ADICCIONES PSICOSOCIALES

No sólo el abuso del tabaco, el alcohol y el consumo de sustancias psicoactivas constituyen adicciones.

Existe una serie de conductas que se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza, transformándose en verdaderas adicciones.

A estas conductas se les conoce con el nombre de adicciones psicosociales y se caracterizan por pérdida de control; fuerte dependencia psicológica; falta de interés por otras actividades estimulantes y grave perturbación en la vida cotidiana.

En esta categoría encontramos la adicción al sexo, al juego o las compras, al Internet, a la comida y al ego, entre otras.

EGO ADICCIÓN

El ego: serie de rasgos que el ser humano posee para distinguirse de los demás, significa el nivel de espacio que se siente por uno mismo y es la parte individual que diferencia a cada sujeto.

Esta unidad integradora que es el ego puede deformarse, y construir una idea excesiva de auto sustentabilidad. Se busca imponer la voluntad sobre la de los demás, no se le reconoce como individuo. Cuando se trata de una adicción, se exalta el cuerpo, las opiniones, los conceptos o deseos del ser individual.

Como conducta adictiva, sus rasgos objetivos son conseguir el máximo placer mediante poco esfuerzo; la autoafirmación, evitar el dolor e imponer los deseos por sobre las necesidades de los demás y el culto desmedido a la imagen (look), en el cual invertirá tiempo excesivo buscando ser el eje único de atención.

La voluntad, el deseo de poder y el exceso en la valoración de sí mismo, son áreas de las manifestaciones de la ego adicción, y en sólo eso, puede llegar a conculcar el mal que impulsa hacia otras adicciones. Fases como "no puedo nada", "yo lo puedo con todo", etc., son demostrativas de una supuesta omnipotencia y forman parte del autogratío.

Estas conductas nacen entre omnipotencia e impotencia, lo cual provoca al individuo males como: artísticas, intelectuales y depresión, mermando su capacidad de relacionarse con los demás. Su percepción se ve por lo tanto atrofada, cayendo en conductas repetitivas.



CONSUMO ADICCIÓN

El consumo excesivo de objetos se ha convertido en un sinnónimo de estatus, donde los valores sociales impulsan al dichoso de la moda. En la actualidad, parece existir más valor en los bienes materiales que en la persona misma.

Las prácticas consumistas presentan distintas formas:

- Existe quien compra "por vergüenza", para caligar a una persona cercana o para llamar la atención.
- Está también la persona que compra para compensar su malstar artístico, o por sentirse desgraciada.
- Algunos individuos necesitan comprar constantemente y sin control, como una forma de reafirmarse a sí mismos.

La adicción a las compras puede ocasionar grandes deudas económicas, y producir conflictos familiares, escolares y laborales. Factores comúnmente atribuidos son la baja autoestima, la falta de autocontrol y la impulsividad.

Se puede comenzar con estos hábitos desde temprana edad, pues la persona siente la necesidad de repetir la experiencia satisfactoria que le produce comprar, aunque dicho bienestar es sólo momentáneo. Esta conducta va acompañada generalmente de ansiedad, lo cual es alivada en el acto de comprar y aunque aquello que se adquiere no sea necesario.

COMIDA ADICCIÓN

Al igual que en otras adicciones, se ha encontrado que esta se relaciona con la personalidad del individuo, sus hábitos de alimentación, la baja autoestima y el estado de ánimo. Dentro de estas conductas adictivas, se encuentran las siguientes:

- La **subalimentación**, caracterizada por atracones de comida, sensación de hambre y reducción de la ansiedad, aunque si se interrumpo de manera abrupta, la persona manifiesta irritabilidad, frustración y ansiedad. Este trastorno afecta el metabolismo, y se traduce en dolores abdominales, cansancio, somnolencia e inestabilidad psicológica.

- En la **bulimia**, se presenta el deseo de adelgazar y mucha ansiedad, pero quienes se salvan por lo general están en su peso adecuado o un poco por encima de él. Aquí el consumo de alimentos se hace en forma de atracón, durante el cual se ingiere gran cantidad de alimentos con sensación de plenitud de comer.

- En la **anorexia**, se manifiesta una reducción en la ingesta de alimentos necesarios para la realización de actividades vitales. Esta disminución no responde a una falta de apetito, sino a una resistencia al alimento motivada por intensos temores asociados al acto de comer.

Quiénes presentan estos trastornos, manifiestan una excesiva preocupación por cuánto y cómo comen y por la imagen que perciben de ellos. Los trastornos de la bulimia como la purgación pueden causar adicciones a alcohol, depresión, baja presión arterial y entre otros, la muerte, sobre todo si no se atiende a tiempo.

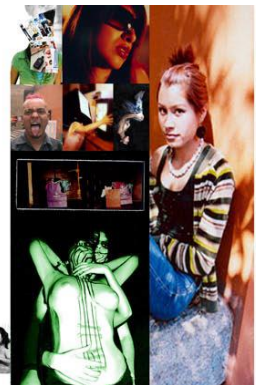
SEXO ADICCIÓN

No se ha logrado explicar la adicción al sexo claramente; sin embargo, se observan algunos factores que favorecen su aparición.

Entre éstos, encontramos los rasgos de impulsividad, bajo autoestima y antecedentes de abuso sexual en la infancia o adolescencia. Por ello, la conducta se torna en una obsesión, al buscar de esta manera satisfacer necesidades relacionadas con carencias emocionales.

Las prácticas sexuales adictivas son unilaterales; no existe una verdadera interacción con el otro, al cual se le considera un simple objeto sexual. Generalmente se trata de conductas secretas, ya que tienen una carga considerable de culpa.

Los sujetos que padecen este tipo de adicción, frecuentemente buscan múltiples amantes; asisten a lugares de prostitución; utilizan teléfonos eróticos; promueven encuentros vía internet y presentan conductas hipersexuales, entre otras.



FACTORES DE PROTECCIÓN

Son cualidades positivas de la persona (responsabilidad, estudio, dedicación, tolerancia), a la vez que determinados estímulos en el entorno social, que pueden influir de manera positiva evitando las adicciones, como la familia, la escuela, las comunidades seguras.

Algunas herramientas con las que el individuo cuenta para enfrentar los rasgos adictivos son: apego a la familia y la escuela, adecuado nivel de autoestima, presencia de redes afectivas sólidas en su entorno social inmediato; seguimiento de normas de convivencia al interior del núcleo familiar y social; y el desarrollo de habilidades personales y colectivas, entre otras.

El presente documento es una obra de carácter informativo y educativo, que no pretende sustituir el diagnóstico y el tratamiento profesional. Toda la información contenida en este documento es de carácter general y no debe ser utilizada como consejo médico. La responsabilidad de la interpretación y uso de esta información es exclusiva del usuario. Este documento es propiedad de la Universidad de la Costa y no puede ser reproducido sin el consentimiento escrito de la institución.



La tipografía utilizada es futura a 11 puntos para la información contenida dentro del folleto; en los títulos se optó por Verdana en 30 puntos, a fin de enfatizar el nombre de cada adicción. Se usó la misma fuente a 11 puntos en la palabra adicción y el primer título.

La elección de esta tipografía se debe a que tiene un alto rendimiento en textos largos y sus características sin patines la hacen adecuada para una legibilidad ágil y fluida, integrándose a las imágenes. La alineación es justificada a la izquierda. En los títulos de cada sección se dio un tratamiento a la tipografía para enfatizar su importancia y que las hiciera identificables para cada adicción e invitara al lector a indagar más sobre ellas.

Las imágenes fueron colocadas en la parte inferior a manera de pleca, de una forma continua para que el

texto tuviera más libertad y no se tornara denso al lector visualmente.

ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
La cigüeña tocaba el
saxofón detrás del
palenque de paja. y~@&
1234567890?!{}"hvkmw

Futura

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÀÁÉÎÕ
ØÜabcdefghijklmnop
qrstuvwxyzàáéîõøü&
1234567890(\$£.,!?)

Verdana

4.2.4.2 Propuesta dos

En la segunda propuesta se estableció un tamaño comercial oficio de 21.5 x 33.0. El proceso de bocetaje dio como resultado una composición donde se busca interacción visual entre texto e información, mediante fragmentación y movimiento y a través de una serie de imágenes que guardan proporción entre sí. Se busca que se compensen visualmente el texto y las imágenes.

El color que se usa en la portada es de fondo negro que refleja la usencia de luz, de color, pérdida de conciencia pérdida del ser mismo y de identidad. En contraste, se contempla con una composición tipográfica en blanco, que refleja todas esos significados que perseguimos y perdemos cuando nos vemos inmersos (as) en una conducta adictiva: obsesión, compulsión, miedo, abuso, deudas, venganza y todo lo que conlleva someteros a una adicción. Refleja los dos géneros, hombre y mujer; es ambivalente y refleja que ningún ser humano de ellos está exento de estas adicciones conductuales.



Portada1

ADICCIONES PSICOSOCIALES

No sólo el alcohol, el tabaco, el abuso de fármacos y el consumo de sustancias psicoactivas conllevan adicciones. Existe una serie de conductas que se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza, transformándose en verdaderas adicciones. A estas conductas se les conoce con el nombre de adicciones psicossociales y se caracterizan por la pérdida de control, fuerte dependencia psicológica, falta de interés por otras actividades cotidianas y grave perturbación en la vida cotidiana. En esta categoría se encuentran la adicción al sexo, al internet, a la comida y al ego, entre otras.



EGO ADICCIÓN

El ego, serie de rasgos que el ser humano posee para distinguirse de los demás, según el nivel de ego que se tiene por una misma y en la parte individual que difiere de a cada uno.

Esta unidad integral de la que el ego puede diferenciarse, y controlar una idea o acción de esta naturaleza, se trata de un rasgo que, en el momento de su aparición, se encuentra en un nivel de desarrollo que no le permite controlar una idea o acción de esta naturaleza. Como resultado, el individuo, sin quererlo, se ve obligado a repetir una conducta una y otra vez, hasta que logra controlar la conducta, es decir, el nivel de desarrollo de su ego es suficiente para controlar la conducta.

La realidad, el deseo de poder y el deseo de la satisfacción de sí mismo, son otros de los motivos que impulsan a la adicción al ego. Este ego, puede llegar a convertirse en un rasgo que impulse hacia otras adicciones. Por ejemplo, "me gusta hacer", "yo lo puedo controlar", etc., son características de una persona con ego inflado y "hacer por hacer" del subconsciente, estas conductas pueden ser consecuencia de la dependencia, lo cual genera el individuo adicciones a internet, alcohol y drogas, incrementando su capacidad de relacionarse con los demás, su participación en los eventos, logrando así conductas repetitivas.





CONSUMO ADICCIÓN

El consumo excesivo de alcohol se ha convertido en un problema de salud, donde los valores sociales impulsan al abuso de la bebida. En la actualidad, parece existir más valor en los bienes materiales que en la persona misma. Se practican consumos excesivos de alcohol.

Entre quienes consumen "por consumo", para controlar a una persona consume a gran escala la adicción.

Esto también le permite que consume para compensar su mal estar emocional, o por sentirse inseguro.

Algunos individuos necesitan consumir alcohol, drogas y otros, como una forma de escape frente a sí mismos.

La adicción al consumo puede ocasionar grandes problemas económicos, y generar conflictos familiares, sexuales y laborales. Se ven comprometidos muchos aspectos de la vida cotidiana, la falta de autocontrol y la falta de voluntad.

Se puede controlar con estos individuos de manera gradual, pero la persona debe tener la capacidad de controlar la dependencia.

Nota que la persona consume, aunque él lo niega, es un rasgo que se acompaña generalmente de ansiedad lo cual es un rasgo que se acompaña de ansiedad y que se acompaña de ansiedad.



COMIDA ADICCIÓN

Al igual que en otras adicciones, en las conductas que se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza, se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza, se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza.

La alimentación, caracterizada por acciones de control, consumo de alcohol y drogas, se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza, se repiten una y otra vez sin control de quien las realiza.

Algunos individuos necesitan consumir alcohol, drogas y otros, como una forma de escape frente a sí mismos.

La adicción al consumo puede ocasionar grandes problemas económicos, y generar conflictos familiares, sexuales y laborales. Se ven comprometidos muchos aspectos de la vida cotidiana, la falta de autocontrol y la falta de voluntad.

Se puede controlar con estos individuos de manera gradual, pero la persona debe tener la capacidad de controlar la dependencia.

Nota que la persona consume, aunque él lo niega, es un rasgo que se acompaña generalmente de ansiedad lo cual es un rasgo que se acompaña de ansiedad y que se acompaña de ansiedad.




SEXO ADICCIÓN

No se ha logrado explicar la adicción al sexo, sin embargo, se observan algunos rasgos que parecen ser comunes.

Entre ellos, se encuentran la falta de independencia, falta de autocontrol, falta de interés en la familia y en los demás, por ello, la conducta se repite una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez.

Las personas con adicción al sexo, no sólo se ven afectadas en su vida cotidiana, sino que también se ven afectadas en su vida cotidiana, por ello, la conducta se repite una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez.




ADICCIONES PSICOSOCIALES



FACTORES DE PROTECCIÓN

Los factores protectores de la persona incluyen: autocontrol, independencia, interés en la familia y en los demás, por ello, la conducta se repite una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez.

Algunos rasgos que se repiten una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez.

Los factores protectores de la persona incluyen: autocontrol, independencia, interés en la familia y en los demás, por ello, la conducta se repite una y otra vez, al punto de ser una conducta que se repite una y otra vez.




ADICCIONES PSICOSOCIALES

No sólo el abuso de tabaco, el alcohol y el consumo de sustancias psicoactivas constituyen adicciones.

Desde una serie de conductas que se repiten una y otra vez, un canal de quien las realiza, transformándose en verdaderas adicciones.

A estas conductas se les conoce con el nombre de adicciones psicológicas y se caracterizan por la pérdida de control, fuerte dependencia psicológica, falta de interés por otras actividades estimulantes y gran participación en la vida cotidiana.

En esta categoría se encuentran la adicción al sexo, al internet, a la comida y el ego, entre otras.



EGO ADICCIÓN

El ego es el ser que surge que es el ser humano mismo para ser distinguido de los demás, significa el nivel de apego que se tiene por uno mismo y en la gama individual que abarca el auto concepto.

Esta actitud ideológica que es el ego puede deformarse, y convertirse en una ideología de auto exaltación, donde los valores sociales muestran el dictado en la mente. En la actualidad, parece existir más valor en los bienes materiales que en la persona misma.

Las prácticas consumistas presentan distintos formatos:

- Existe quien compra "por comprar", con el propósito de una posesión carnavalesca, o para llamar la atención.
- Existen también la persona que compra para compensar su mal estar, o por sentirse importante.
- Algunos individuos necesitan

Esas cosas "no para nada", "no lo puedo controlar", etc., muestra de una inseguridad sobre potencia y fuerza parte del auto concepto.

Estas conductas van entre una hipotesis o impotencia, lo cual provoca el individuo mostrarlo ante otros, improductivo, y deprimido reduciendo su capacidad de relacionarse con los demás. No participando en su vida por lo tanto, afectando, creando en conductas repetitivas.



CONSUMO ADICCIÓN

El consumo excesivo de objetos se ha convertido en un síndrome de adicción, donde los valores sociales muestran el dictado en la mente. En la actualidad, parece existir más valor en los bienes materiales que en la persona misma.

Las prácticas consumistas presentan distintos formatos:

- Existe quien compra "por comprar", con el propósito de una posesión carnavalesca, o para llamar la atención.
- Existen también la persona que compra para compensar su mal estar, o por sentirse importante.
- Algunos individuos necesitan

Algunos individuos necesitan



COMIDA ADICCIÓN

Algun tipo de comida, como una forma de recompensa o de estímulo, se ha convertido en la personalidad del individuo, sus hábitos de alimentación, sus hábitos de alimentación, sus hábitos de alimentación y el estado de ánimo. Dentro de estas conductas adictivas, se encuentran las siguientes:

La adicción, caracterizada por atraerlos de comida, sensación de culpa y ansiedad de la comida, muestra a un individuo que muestra alergia la persona muestra la ansiedad, la ansiedad y ansiedad, esta condición afecta al metabolismo, y se refleja en dolores abdominales, náuseas, insomnio e inestabilidad psicológica.

Además, se presenta el

Algunos presentan esta condición, manifestando una excesiva preocupación por cuánto y cómo comen, y por la imagen que perciben de ellos sus demás. Tanto la bulimia como la anorexia pueden causar adicciones psicológicas, deprimidas, falta de interés en otras cosas, la muerte, sobre todo si no se atiende a tiempo.



SEXO ADICCIÓN

No se ha logrado explicar la adicción al sexo. Claramente, sin embargo, se observan algunos factores que favorecen su aparición.

Entre ellos, encontramos las rasgos de impulsividad, baja autoestima y autoconciencia de abuso sexual en la infancia o adolescencia, por ello, la conducta se torna en una obsesión, al buscar de esta manera satisfacer necesidades.

relacionadas con carencias emocionales.

Las prácticas sexuales adictivas son conductas que crean una necesidad irracional con el otro, al cual se le considera un objeto sexual. Generalmente en estas conductas se utiliza el sexo como un premio, un castigo o un mecanismo de control.

Los sujetos que padecen de este tipo de adicción, frecuentemente muestran múltiples rasgos, desde el abuso de masturbación, utilizan teléfonos eróticos, promueven encuentros vía internet y conductas conductas hipersexuales, entre otras.








ADICCIONES



FACTORES DE PROTECCIÓN

Seo conductas positivas de la persona impulsividad, emoción, dedicación, voluntad, a la vez que determinadas actitudes en el mismo nivel, que pueden influir de manera positiva en el individuo adicto, como la familia, la escuela, las comunidades seguras.

Algunas herramientas con las que el individuo cuenta para

evitar las rasgos adictivos son, apoyo a la familia y la escuela, educación sobre el consumo de sustancias, presencia de roles adictivos en el entorno social inmediato, seguimiento de normas de convivencia al interior del núcleo familiar y social, el desarrollo de habilidades personales y colectivas, entre otras.

LAS FOTOGRAFÍAS QUE PRESENTAN SER FUERTE SON DEPENDIENDO DE LAS ZONAS DE LOS CUERPOS POR LOS CUERPOS DE LA IMAGEN COMO PARTE DEL PROYECTO PSOMI Y VOZ EN TONO A LAS ADICCIONES.

Participación de: Angélica Márquez L., Alejandra Álvarez A., Claudia Gómez R., Cristian Hernández C., Eva García A., Ismael Hernández C., Jesús Guerrero D., Juan González D., Luis Barón M., Luis Barón M., Manuel González M., Nancy González D., Nancy González R., Nancy González R., Patricia González E., Rosa Barón E.

El presente material forma parte de un proyecto de investigación en el marco de la maestría en Psicología Social, impartida por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), en el marco de la maestría en Psicología Social, impartida por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), en el marco de la maestría en Psicología Social, impartida por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).




Portada1



4.3 Material lúdico, recopilación y selección de información

En la propuesta de un material lúdico, se investigó en capítulos anteriores los tipos de juegos y sus características. Se retomó la clasificación de Hidegar Hetzer y dentro de esta, nos ocuparemos de los juegos de acción, de recepción y sociales. Se propone el desarrollo de juego mediante la implementación de cuatro rompecabezas, que contendrán la información del folleto informativo. Esta información será sintetizada para cada una de las adicciones: sexo, consumo, comida, ego. Estará contenida en una de las caras del rompecabezas, y el participante podrá recomponer y reestructurar de manera coherente la información contenida en cada uno de ellos. Se busca que por medio de una dinámica de grupo se fortalezca la información que, se les brinda en el folleto y puedan reconocer los rasgos característicos de cada adicción psicosocial.

4.3.1 Propuesta gráfica: rompecabezas humano

Este folleto busca llegar a los jóvenes brindando información sobre adicciones psicosociales que muchas veces pasan desapercibidas por la falta de elementos que sirvan para identificarlas y prevenirlas.

Una de las limitantes importantes para abordar el acervo fotográfico era que no se podía transformar o intervenir ninguna imagen, salvo retomar un fragmento que no significara perder su identidad, ni la intención del(a) autor(a). Por tal motivo, se propuso en la etapa de bocetaje un rompecabezas humano, mediante una representación abstracta de la forma humana, retomando sus características formales; cabeza, pies, manos, torso, que evocara o insinuara la silueta de una mujer y un hombre, sin mayores rasgos que una forma sinuosa en la mujer y el hombre líneas rectas, aludiendo a que las adicciones no se atribuyen a un género, sino que están vinculadas con ambos. Las

adicciones son desafortunadamente un tema universal que no distingue entre sexo, edad, ni posición social

La propuesta contiene en una cara las imágenes que describen o evocan una adicción psicosocial y del otro lado se propone intervenir el texto ya escrito que contiene el folleto; con una composición tipográfica enfatizar los rasgos más característicos de cada adicción: autoafirmación, depresión, ira, miedo, etc. a fin de crear una especie de sopa de letras que a su vez esté contenida en un rompecabezas.

No se retomó el texto porque, se caería en una repetición innecesaria de información, ya que esta de forma clara en un folleto; ahora, sólo restaba enfocarse al texto y las palabras de alerta en cada adicción. La tipografía fue una mezcla de varias fuentes tipográficas: Argerial, Vendana, Broadway, Freestile script, Impac, Tahoma, Sowcard Gothic, Bauhaus, Stencil, Swis 721, Vineta BT, entre otras de tal forma que visualmente se hiciera un

contraste entre cada familia tipográfica que evoque y proporcione carácter a cada palabra.

En cuanto al color, se decidió la usencia del mismo, es decir usar negro y blanco. Negro porque es ausencia del color y refleja la pérdida de comunicación, la usencia de nosotros mismos, el descontrol de un estilo de vida, lo que se pierde al desarrollar una adicción. El contraste con el blanco ayudaría a identificar o aceptar una adicción en la propia persona acepta tener un problema: Verbalizamos e identificamos entonces el o los problemas que existen, con el fin de solucionarlos. Se trata de una esperanza, una luz en ese vacío del Yo que le ocurre al individuo.

Utilizamos el acervo como una muestra del cómo ven los(as) jóvenes en la vida real el problema: esa mezcla de color, formas, texturas produce un vértigo y refleja los acontecimientos que el individuo padece al verse involucrado en una adicción psicosocial. Se aprecia la sensación de verse saturado por la necesidad de

llenar un vacío con satisfactores momentáneos como: las compras, el sexo, el ego, la sobrevaloración de uno mismo, la comida.

La finalidad de este juego es que los participantes: 1.- observen las características que las imágenes presentan. 2.- las relacionen con las frases al reverso y una vez uniéndolo, 3.- logren identificar la adicción a la que se está refiriendo cada rompecabezas. Para tal fin se proponen cuatro rompecabezas, los cuales, aunado, al folleto informativo, les proporcionará herramientas para desarrollar la actividad lúdica de manera ágil.

Frente



Rompecabezas: Adicción al sexo,
propuesta final.





Rompecabezas: Adicción a la comida, propuesta final.



Frente





Frente



Vuelta

Rompecabezas: Adicción a las compras, propuesta final.

Conclusiones

Conclusiones

- El Acervo fotográfico creado por los estudiantes de la ENAP/UNAM, componente fundamental del proyecto *Visiones y Voces en torno a las Adicciones*, promueve un conjunto de imágenes alusivas a las adicciones y, en concreto, al fenómeno de las prácticas socioculturales adictivas.
- Dicho conjunto de imágenes fotográficas, caracterizado por su riqueza y diversidad visual y conceptual, constituye un recurso valioso para ser utilizado en el diseño de soportes gráficos de comunicación, al servicio de la prevención en el campo de las adicciones en general y de las prácticas psicosociales en particular.
- La sociedad contemporánea, con su despliegue publicitario al servicio del consumo compulsivo de objetos y productos diversos, ha generado un campo extenso de conductas y hábitos culturales de carácter adictivo. Es así como la adicción a la comida, al sexo, al ego y a las compras, entre otros, representan una condición que trasciende la adicción a sustancias, concebida tradicionalmente como la única forma de dependencia.
- Las adicciones psicosociales, presentan raíces compartidas asociadas a la posibilidad del individuo: sus hábitos cotidianos, el grado de autoestima que le caracteriza y las fluctuaciones en el estado de ánimo. Estos factores de la subjetividad, se presentan unidos a elementos del entorno que constituyen verdaderos riesgos para su desarrollo armonioso integral.
- Estos factores ambientales riesgosos, en general se asocian a problemas severos al interior del núcleo familiar; en el contexto de la escuela y las relaciones que propicia; la carencia de redes afectivas y solidarias en el entorno social inmediato y a la falta de oportunidades para el desarrollo de habilidades personales y colectivas, fundamento del autoestima y el bienestar psíquico.
- El folleto se manifiesta como un medio de información de primera mano, cuyo objetivo principal: ser adquirido por el público y conservado durante el tiempo necesario, permite que las personas obtengan información, en este caso sobre las adicciones psicosociales.

- El profesional debe hacer una revalorización en los soportes o medios que utiliza; ya que no solo se trata de buscar nuevas cosas, sino ver con nuevos ojos a las ya existentes; es decir reinterpretarlas para desarrollarlas con un nuevo enfoque.
 - De acuerdo a la propuesta de esta tesis, según los diferentes autores revisados y experiencia personal, la asociación entre imagen y texto, demuestra ser un óptimo vehículo para la comunicación gráfica.
 - Se evidencio que el uso de material lúdico como una herramienta para estimular la comprensión de la información contenida en el folleto; para los y las jóvenes, a través una dinámica grupal, permitiendo la interacción y socialización; haciendo más atractiva la información.
 - El diseñador debe comprender que en su rol para el desarrollo de material gráfico, lúdico e informativo, tiene que asumir una visión transdisciplinar y responsable que logre proponer en los medios resultados, que además de divertir contribuyan a potenciar las habilidades del usuario y facilite la adquisición de información.
- En todo diseño es fundamental establecer un proceso de trabajo para satisfacer las necesidades de comunicación; dicho proceso se enriquece en diversas etapas de proyección. En el desarrollo proyectual se vinculan diversos conocimientos no solo de la disciplina del diseño, sino de diferentes campos del saber, que se hacen necesarios para estructurar y desarrollar objetos que además de innovadores respondan a diversos objetivos de comunicación.
 - Establecer una metodología para todo proceso de diseño es elemental, ya que dicha sistematización nos permitirá diseñar, planificar, y establecer las líneas de investigación y desarrollo a seguir en cada etapa, con el fin obtener la mejor una solución al problema que se aborda en cada caso.

Bibliografía

Bibliografía

Arciga, Salvador, Sociedad Mexicana de Psicología Social, Universidad Autónoma de Tlaxcala, *Del pensamiento social a la participación: estudios de psicología social en México*, México, Editorial UNAM, 2004.

Asamblea Legislativa del Distrito federal, I Legislatura. *Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal*. Julio de 2000.

Bauman, Zygmunt. *Modernidad y ambivalencia*. Barcelona, Editorial Anthropos, 2005.

Bautista, Álvaro. *Diseño gráfico para una comunicación global*. Castellón, Editorial Universidad Jaume I, 2002.

Benjamin, Walter. "Pequeña historia de la fotografía", en *Sobre la fotografía*, Valencia, Editorial Pre-textos, 2004.

Bertrán, Russell. *La conquista de la felicidad*. México, Editorial Espasa Calpe, 1980.

Bourdieu, Pierre. *Un arte medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2003.

Burke, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Editorial Crítica, 2001.

Córdoba-Alcaraz, Alberto Javier, Pérez, Verónica y Rodríguez, Eréndira. "Factores familiares y de pares asociados al consumo de drogas de estudiantes de educación media", en *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, Vol. 9, No. 1, México, 2007.

Dondis, Andrea. *La Sintaxis de la Imagen*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1991.

Echeburúa, Enrique. *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: Juego, Sexo, Comida, Compras, Trabajo, Internet...*, Bilbao, Editorial Desoleé de Brouwer, 1999

Fages, J.B. y Pagano, Ch. *Diccionario de los medios de Comunicación, Técnica, Semiología, Lingüística*. Valencia, Editorial Fernando Torres, 1975.

Fernández, Francisco Alonso. *Las nuevas adicciones: Alimento, sexo, compras, televisión, juego, trabajo, Internet*. Madrid, Editorial Tea, 2003.

Furió Vicenc: "Formas de intención modos de atención", en Furió Vicenc. *Ideas y formas en la representación pictórica*. Barcelona, Editorial Anthropos, 1991.

González, Enrique. *El riesgo de vivir. Las nuevas adicciones del siglo XXI*. Madrid, Editorial Temas de Hoy, 2005.

Kloss, Gerardo, *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación, tecnología en el diseño editorial*. México, Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, 1992-1994.

López, Francisca (coordinador). *Droga y adicciones en la sociedad actual*. Almería, Editorial Universidad de Almería, 2006.

Margulis, Mario, Ariovich Laura. *La juventud es más que una palabra: Ensayos sobre Cultura y Juventud*. Buenos Aires, Editorial Biblos, 1996.

Martínez, José. *Diccionario de edición tipográfica y artes gráficas*, Asturias, Editorial Trea, 2001.

Mills, William. *Imagen impresa y conocimiento; análisis de la imagen prefotográfica*. México, Editorial Gustavo Gili, 1975.

Medina-Mora, M.E. "Consumo de sustancias con efectos psicotrópicos en la población estudiantil de enseñanza media y media superior de la República Mexicana", en *Salud Mental*, N° 3, vol. 16, 1993.

Pérez-Mitre, Gilda, Mancilla, Juan Manuel. *Trastornos alimentarios en Hispanoamérica*. México, Editorial Manual Moderno, 2006.

Pontes, María Cecilia. "Los trastornos alimentarios como la bulimia y la anorexia y su relación con la sexualidad".

Conferencia. Gaceta Iztacala/ UNAM, Número 181, 25 enero 2002.

Dirección de prevención. *Proyecto Orientación Preventiva Infantil*. Enero, Centros de Integración Juvenil, 2003.

Riquelme, Eduardo (coord.). *Manual de Apoyo para Cursos de Capacitación en el Tratamiento de Adicciones*. México, Subdirección de Comunicación Social, 2003.

Ros, Salvador, Peris, Dolores, Gracia, Ramón. *Impulsividad*. Barcelona, Editorial Psiquiatría editores, 2005.

Rosell, Eugeni. *Diseño de catálogos y folletos*. México, Editorial Gustavo Gili, 2000.

Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. México, Editorial Edhasa, 1975.

Székely, Ágata. "¿Por qué somos adictos a comprar?", en *Quo*, Número 110, diciembre 2006.

Turnbull, Arthur, Baird, Russel. *Comunicación Gráfica. Tipografía, Diagramación, Diseño y Producción*. México, Editorial Trillas, 1990.

Weisstbeerg, Katia y Queshel, Leticia. *Guía de Trastornos Alimenticios*. México, Centro Nacional de Equidad y Género y Salud Reproductiva. 2004.

Zoja, Luís. *Drogas: adicción e iniciación. La búsqueda moderna del ritual*. Barcelona, Editorial Paidós, 2003.

Textos en línea

Elola, José. “Ser adicto no tiene gracia”, en *El País*, 12 de Octubre 2008.

http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Ser/adicto/sexo/tiene/gracia/elpepisoc/20081012elpepisoc_1/Tes?prin, consultado 26 enero 2009

Rosas Francisco. “Evita ser un comprador compulsivo”, en *El Universal*. 2 de octubre de 2007.

<http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/60400.html> consultado 20 mayo 2009.

Anexos

ANEXOS

Ivonne Hernández Cabrera
¿Quién mendiga a quién?, 2007
Fotografía digital
6 x 12 pulgadas



Jessica Cifuentes González
De la serie **Compulsiva** (2 de 3), 2007
Fotografía análoga
3 x 7 pulgadas



Mario Alberto Morales Preciado
Serie **Fijación**, 2007
Fotografía digital
6 x 8 pulgadas c/u



Jessica Cifuentes González
De la serie **Compulsiva** (3 de 3), 2007
Fotografía análoga
3 x 7 pulgadas



Jessica Cifuentes González
De la serie **Compulsiva** (1 de 3), 2007
Fotografía análoga
3 x 7 pulgadas



Luis Alberto Bravo Mar
Contrareloj, 2007
Fotografía digital
9 x 7 pulgadas



Patricia Monserrat Villanueva Rami
I can't stop playing, 2007
Fotografía mixta
19 x 19 pulgadas



Cristian Israel Hernández Garcés
Éxtasis, 2007
Fotografía digital
10 x 20 pulgadas



Laila Torres Mendieta
Perdiendo suelo, 2007
Fotografía digital
18 x 19 pulgadas



María del Carmen Olmos Vaca
Elemento 1, 2007
Fotografía digital intervenida
11 x 8 pulgadas



Luis Alberto Bravo Mar
Contrareloj, 2007
Fotografía digital
9 x 7 pulgadas



Manuel González Mariscal
Contigo no, sin ti tampoco (fotograma), 2007
Video



Angélica Arlesio Márquez Legarreta
De la Serie **Adicción cotidiana** (8 de 9), 2
Fotografía digital
5 x 7 pulgadas



Angélica Arlesio Márquez Legarreta
De la Serie **Adicción cotidiana** (7 de 9), 2007
Fotografía digital
5 x 7 pulgadas



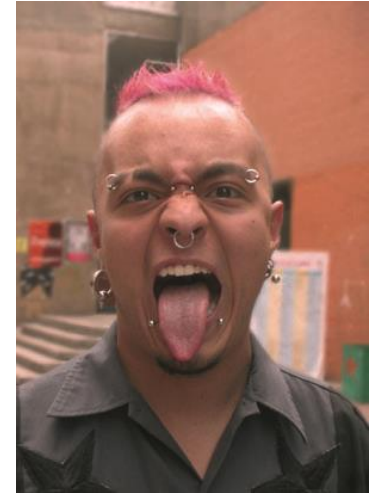
Angélica Arlesio Márquez Legarreta
De la Serie **Adicción cotidiana** (9 de 9), 2007
Fotografía digital
7 x 5 pulgadas



Eva Elena García Jiménez



Junuet del Carmen González García
Look, 2007
Fotografía digital
9 x 8 pulgadas



Junuet del Carmen González García
Fashion & fashion, 2007
Fotografía análoga
9 x 8 pulgadas



Rosa María Becerril Flores
Henna-light OPIO, 2006
Fotografía análoga
7 x 9 pulgadas



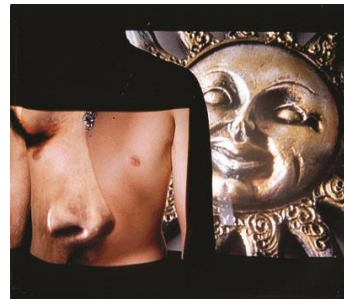
Marlén Vargas del Razo
Azul 1, 2007
Fotografía digital
11 x 14 pulgadas



Marlén Vargas del Razo
Azul 5, 2007
Fotografía digital
11 x 14 pulgadas



Rosa María Becerril Flores
Y me imagino que..., 2006
Fotografía análoga
7 x 9 pulgadas



Azucena Álvarez Peña
Adicción (fotograma), 2007
Video



Azucena Álvarez Peña
Adicción (fotograma), 2007
Video

