



Atrévete y Compruébalo

Experiencia digital y análoga que contribuye a la prevención del consumo de sustancias psicoactivas en la educación secundaria (Estudio de caso I.E.D. Policarpa Salavarrieta)

Proyecto de Grado

Paula Andrea Parra Contreras
Claudia Milena Díaz Pulido

Bogotá D. C., 2019

Atrévete y Compruébalo

Experiencia digital y análoga que contribuye a la prevención del consumo de sustancias psicoactivas en la educación secundaria (Estudio de caso I.E.D. Policarpa Salavarrieta)

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Diseñador Digital y Multimedia

Director:

Darío González González

Línea(s) de énfasis:

Tecnologías para producción multimedia / Productos audiovisuales

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2019

Atrévete y Compruébalo

Aval del Proyecto

Firma del director de proyecto de grado

Firmas de los jurados

Atrévete y Compruébalo



Bogotá D. C., diciembre de 2019

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca respeta los conceptos académicos emitidos por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura a través de sus proyectos de investigación y no se hace responsable de su contenido.

Las ideas expresadas en los citados trabajos no constituyen compromiso institucional y son responsabilidad exclusiva de cada autor.

Atentamente,

HERNANDO CARVAJAL MORALES
Decano Facultad de Ingeniería y Arquitectura

**PAULA ANDREA
PARRA CONTRERAS**
Estudiante

**CLAUDIA MILENA
DÍAZ PULIDO**
Estudiante



ÉTICA, SERVICIO Y SABER

Atrévete y Compruébalo

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestros padres que siempre estuvieron a nuestro lado brindando su apoyo durante todo el proceso y a nuestros abuelitos, que en paz descansen; a aquellas personas que a causa del consumo de sustancias psicoactivas perdieron el rumbo de su vida y fallecieron, a quienes, por este mismo motivo, hoy se encuentran en las calles; también a aquellos que han podido rehabilitarse y hoy pueden sembrar una semilla para contribuir con la reducción de casos similares.

Agradecimientos

A Dios por sus bendiciones; a nuestros padres por darnos los medios para estudiar y la motivación en tiempos difíciles; a los directores del semillero Área Digital, Freddy Chacón Chacón y Andrés Felipe Parra por su direccionamiento, apoyo y acompañamiento en el proceso, y por gestionar y hacer posible la participación de la ponencia en eventos; al igual que al profesor Darío González por sus aportes en el análisis profundo de la problemática; a la profesora Sandra Uribe por su esfuerzo, tiempo y conocimiento en la construcción del presente documento; a Santiago Pérez Echeverri y a Ronald Cifuentes, por su disposición para hacer parte del proyecto y por aportar sus conocimientos y experiencias de vida; a las personas entrevistadas por brindar información tan valiosa; al colegio I.E.D. Policarpa Salavarrieta por darnos la oportunidad de desarrollar el proyecto con sus estudiantes, a la coordinadora Piedad Virguez Vega por su ayuda con la disposición de los espacios de trabajo; a todos aquellos que pusieron su granito de arena; y, a Jonathan Reyes por su constante apoyo y motivación.

Atrévete y Compruébalo

Atrévete y Compruébalo

“Seguimos pensando que las charlas funcionan, que el castigo es efectivo, que esconder los peligros sirve para algo, evitamos hablar de frente desde la realidad y la evidencia”

Jón Sígfusson
Director de Youth in Iceland

“Hay que pasar de la prevención del consumo de drogas a la educación para enfrentar las drogas”

Julián Quintero
Investigador y Director Ejecutivo de Acción Técnica Social

Resumen

El constante aumento del uso de sustancias psicoactivas (SPA) en los colegios de Bogotá es muy preocupante, debido a la dependencia que causa en los adolescentes y a las consecuencias negativas que esto trae para su vida, entre las cuales se puede mencionar el abandono de sus estudios y los conflictos familiares que se generan.

Partiendo de esto, el proyecto "Atrévete y Compruébalo" diseña una experiencia apoyada en el uso de medios digitales (aprovechando el constante uso y pregnancia que estos medios tienen en los adolescentes), que mediante el manejo de un lenguaje cercano y de interés cotidiano para los estudiantes de séptimo grado del colegio Policarpa Salavarrieta, logra comunicar adecuadamente lo referido a las SPA y las consecuencias de su consumo, para generar aprendizaje significativo y así contribuir en la prevención del uso de drogas en esta población.

Para ello, se aplica la metodología *Design Thinking* por su fuerte enfoque en la empatía con el usuario. Entre los resultados se puede evidenciar que la experiencia es enriquecedora para los estudiantes, dado que esta los hace cuestionarse sobre el uso de SPA y sus consecuencias, tanto para ellos mismos, como para su entorno familiar.

Se concluye que el uso de la psicología inversa es de suma importancia en esta población, y que los testimonios son un medio que genera un impacto emocional en los adolescentes.

Palabras clave:

Salud Pública, Sustancia Psicoactiva, Adolescencia, Adicción, Prevención, Diseño de Experiencias.

Líneas de profundización:

Tecnologías para producción multimedia / Productos audiovisual

Abstract

The constant increase in the use of psychoactive substances (SPA) in schools in Bogotá is very worrying, due to the dependence it causes on teenagers and the negative consequences that this brings to their lives, like the abandonment of their studies and family conflicts that are generated.

Based on this, the project "Atrévete y Compruébalo" designs an experience supported by the use of digital media (taking advantage of the constant use and pregnancy that these media have in adolescents), which, through the management of a language close to and of daily interest for the seventh grade students of the Policarpa Salavarrieta school, it manages to communicate what refers to the SPA and the consequences of its consumption, in order to generate significant learning and this contribute to the prevention of drug use in this population.

For this, the *Design Thinking* methodology is applied for its strong focus on empathy with the user. Among the results it can be evidenced that the experience is enriching for the students, since it make them question themselves about the use of SPA and its consequences, both for themselves and in their family environment.

It is concluded that the use of reverse psychology is the most important in this population, and that testimonies are a medium that generates an emotional impact on teenagers.

Keywords:

Public Health, Psychoactive Substance, Adolescence, Addiction, Prevention, Experience Design.

Research lines:

Technologies for multimedia production / Audiovisual products

Tabla de contenido

Aval del Proyecto.....	4
Dedicatoria.....	7
Agradecimientos.....	8
Resumen.....	11
<i>Abstract</i>	13
Tabla de contenido.....	15
Listado de figuras.....	20
Listado de tablas.....	22
Listado de anexos.....	23
Capítulo 1. Formulación del proyecto.....	25
1.1 Introducción.....	26
1.2 Justificación.....	27
1.3 Definición del problema.....	29
1.4 Hipótesis de la investigación.....	31
1.4.1 <i>Explicativa</i>	31
1.4.2 <i>Propositiva</i>	32
1.5 Objetivos.....	32
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	32
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	32
1.6 Planteamiento metodológico.....	33
1.7 Alcances y limitaciones.....	34

Capítulo 2. Base teórica del proyecto.....	36
2.1 Marco referencial	37
2.1.1 Marco teórico contextual	37
2.1.1.1 Características del adolescente	37
2.1.1.2 Efecto de las SPA en el cerebro de los adolescentes.....	39
2.1.1.3 Influencia de las TIC en la adolescencia	40
2.1.1.4 Teoría del aprendizaje significativo de Novak y Ausubel y el aprendizaje crítico de Moreira	41
2.1.2 Marco teórico disciplinar.....	42
2.1.2.1 Diseño de experiencias en dispositivos digitales	43
2.1.3 Marco conceptual	44
2.1.4 Marco institucional.....	46
2.1.4.1. I.E.D. Policarpa Salavarrieta	46
2.1.4.2 Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC)	47
2.1.4.3 Comisión Interamericana para el Control de Abuso de Drogas (CICAD).....	47
2.1.4.4 Ministerio de Salud y Protección Social	48
2.1.4.5 Observatorio de Drogas de Colombia (O.D.C.) - Ministerio de Justicia y el Derecho.....	48
2.1.4.6 Ministerio de Educación Nacional (MEN).....	49
2.1.4.7 Secretaría Distrital de Salud.....	49
2.1.5 Marco legal	49
2.1.5.1 Ley 30 de 1986.....	49
2.1.5.2 Código de Infancia y Adolescencia - Ley 1098 de 2006.....	50
2.1.5.3 Resolución 089 de 2019.....	51
2.2 Estado del arte.....	51
2.2.1 Programa de educación para la resistencia al uso y abuso de las drogas y la violencia (DARE).....	52

2.2.2 Cambiando el foco.....	54
2.2.3 Tunjuelito la tiene clara con las drogas	55
2.2.4 Piensalo.co	56
2.3 Caracterización de usuario	58
Capítulo 3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	60
3.1 Criterios de diseño.....	61
3.1.1 Árbol de objetivos de diseño	61
3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño	62
3.2 Hipótesis de producto	64
3.3 Desarrollo y análisis Etapa Empatizar	65
3.3.1 Entrevistas	66
3.3.1.1 Orientador del I.E.D. Gabriel Betancourt Mejía	66
3.3.1.2 Excoordinador de la Línea Psicoactiva de la Secretaría Distrital de Salud.....	67
3.3.1.3 Alex Contreras (exhabitante de calle)	70
3.3.1.4 Orientadoras del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.....	71
3.3.2 Trabajo de campo.....	73
3.3.2.1 Observación directa.....	73
3.3.2.2 Encuesta demográfica.....	74
3.3.2.3 Herramienta Point of view (POV)	79
3.4 Desarrollo y análisis Etapa Definir.....	82
3.4.1 Charla con Santiago Pérez.....	82
3.4.2 Encuesta de conocimientos previos	83
3.5 Desarrollo y análisis Etapa Idear	86
3.6 Desarrollo y análisis Etapa Prototipar y Testear	87
3.6.1 Prototipo para pensar	87
3.7 Resultados de los testeos	89

3.7.1 Primer testeo	89
3.7.1.1 Prototipo para empatizar	89
3.7.1.2 Evidencias (Percepción del usuario)	91
3.7.2 Segundo testeo.....	92
3.7.2.1 Focus Group – lluvia de ideas	92
3.7.2.2 Evidencias (Percepción del usuario)	97
3.7.3 Tercer testeo.....	99
3.7.3.1 Focus Group – Estilo gráfico	99
3.7.3.2 Evidencias (Percepción del usuario)	101
3.7.4 Cuarto testeo	103
3.7.4.1 Entrevista a Ronald Cifuentes, exconsumidor	103
3.7.4.2 Evidencias (Percepción del usuario)	104
3.7.5 Quinto testeo	104
3.7.5.1 Focus Group – Nombre del proyecto	104
3.7.5.2 Evidencias (Percepción del usuario)	105
3.7.6 Sexto y último testeo	107
3.7.6.1 Aplicación del producto – 25 de noviembre del 2019.....	107
3.7.6.2 Evidencias (Percepción del usuario)	110
3.8 Prestaciones del producto	111
3.8.1 Aspectos morfológicos	111
3.8.2 Aspectos técnico-funcionales	111
3.8.3 Aspectos de usabilidad.....	112
Capítulo 4. Conclusiones.....	113
4.1 Conclusiones	114
4.2 Estrategia de mercado.....	117
4.2.1 Segmentos de cliente	117
4.2.2 Propuesta de valor.....	117

4.1.1 Canales.....	118
4.1.2 Relaciones con los clientes	118
4.1.3 Fuentes de ingresos	118
4.1.4 Actividades clave	119
4.1.5 Recursos clave	119
4.1.6 Socios clave	120
4.2.9 Estructura de costes	120
4.3 Consideraciones	121
Referencias bibliográficas.....	122
Anexos	127

Listado de figuras

Figura 1. Instituciones relacionadas.	46
Figura 2. Colegio I.E.D. Policarpa Salavarrieta.	47
Figura 3. Programa ‘DARE’.	52
Figura 4. Programa ‘Cambiando el foco’.	54
<i>Figura 5. Programa</i>	55
Figura 6. Programa ‘Piensalo.co’.	56
Figura 7. Ilustración de usuario.	58
Figura 8. Árbol de objetivos.	61
Figura 9. Requerimientos y determinantes de diseño.	63
Figura 10. Fotografía tomada al curso 702	73
Figura 11. Resultados de la encuesta demográfica con relación a las edades del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.	75
Figura 12. Resultados de la encuesta demográfica con relación a las personas con las que viven los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.....	76
Figura 13. Resultados de la encuesta demográfica con relación a la presencia familiar en las tardes de los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.	77
Figura 14. Resultados de la encuesta demográfica con relación al dominio de las TIC de los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.....	78
Figura 15. Preguntas realizadas en la encuesta	83

Figura 16. Esquema básico de la primera experiencia propuesta. ...	88
Figura 17. Fotografía de sesión de grupo hombres - audiovisuales.	89
Figura 18. Fotografía sesión de grupo mujeres – comic y videojuego.	90
Figura 19. Fotografía, conclusiones de los audiovisuales.....	91
Figura 20. Fotografía, conclusiones del comic y el videojuego.....	91
Figura 21. a) Fotografía - Safari.	93
Figura 22. b) Fotografía - Safari.	94
Figura 23. Fotografía – Metáfora del problema.....	95
Figura 24. Fotografía – What if.....	96
Figura 25. a) conclusiones.	97
Figura 26. Retrato Kelly Salazar #1.....	99
Figura 27. Retrato Kelly Salazar #2.....	100
Figura 28. Fotografía de los dibujantes.	101
Figura 29. Ilustraciones hechas por los estudiantes.	102
Figura 30. Focus Group – Nombre del proyecto	104
Figura 31. Construcción de la estructura del cine	107
Figura 32. Construcción de la estructura del cine	108
Figura 33. Construcción de la estructura del cine	109
Figura 34. Construcción de la estructura del cine	109
Figura 35. Construcción de la estructura del cine	110
Figura 36. Estrategia de mercado Canvas.	117
Figura 37. Logo RedColsi.	135

Listado de tablas

Tabla 1. Conceptos base del proyecto	44
Tabla 2. Información de la herramienta Point of View	79

Listado de anexos

Anexo 1. Portafolio Paula Parra	127
Anexo 2. Portafolio Claudia Díaz.....	127
Anexo 3. Entrevista a David Rincón	127
Anexo 4. Entrevista Santiago Pérez	129
Anexo 5. Entrevista Alex Contreras.....	130
Anexo 6. Entrevista Piedad Virgüez y Andrea Hernández.....	131
Anexo 7. Observación directa	132
Anexo 8. Encuesta demográfica.....	133
Anexo 9. Herramienta Point of View.....	133
Anexo 10. Charla Santiago Pérez	133
Anexo 11. Encuesta de conocimientos previos.....	133
Anexo 12. Imágenes para elección de colores	133
Anexo 13. Prototipo para empatizar	133
Anexo 14. Focus Group lluvia de ideas.....	133
Anexo 15. Focus Group estilo gráfico	134
Anexo 16. Entrevista Ronal Cifuentes.....	134
Anexo 17. Focus Group nombre del proyecto.....	134
Anexo 18. Testeo final	134
Anexo 19. Autorizaciones captura audiovisual.....	134
Anexo 20. Participación en la Red Colombiana de Semilleros de Investigación (RedColsi).....	135

Atrévete y Compruébalo

Capítulo 1. Formulación del proyecto

1.1 Introducción

Según el Concejo de Bogotá (2018), 1 de cada 6 estudiantes de bachillerato en Colombia ha probado alguna Sustancia Psicoactiva (SPA), y el consumo de las sustancias ilícitas como la marihuana, la cocaína y el popper, ha aumentado en los colegios públicos y privados de la ciudad.

Dado que la etapa de la adolescencia implica ciertas necesidades específicas, debido a los procesos de cambio y crecimiento que se experimentan, este es el momento ideal para iniciar la enseñanza de habilidades ocupacionales y emocionales (Organización Mundial de la Salud, s.f.). En este transcurso, se encuentra el desarrollo de la personalidad y el criterio, a través de la comprobación, lo que induce a la posibilidad del uso de SPA y a un riesgo elevado de dependencia.

Para combatir esta problemática, surgen diferentes programas creados por el gobierno y entidades independientes, cuyo método consiste en sensibilizar a los estudiantes sobre la drogadicción y las diferentes SPA que se encuentran en el mercado.

A pesar de los proyectos realizados, los datos presentados por el Estudio Nacional de Consumo de SPA (2016) demuestran que el consumo ha aumentado. De acuerdo con estos resultados y con el estudio de las herramientas que ya se implementaron, se deduce que la manera en la que se está comunicando el mensaje a los adolescentes no es la adecuada. Por ello, se considera que es posible educar a los jóvenes en lo relacionado con las SPA empleando los entornos digitales y aprovechando que son un medio de alta

usabilidad y pregnancia en esta población, con el uso de un lenguaje cercano y de interés cotidiano, con el fin de prevenir el consumo a corta edad.

A partir de esto, surge el proyecto Atrévete y Compruébalo, cuya finalidad es la contribución en la prevención del consumo de drogas en los estudiantes de séptimo grado de colegios públicos de la ciudad de Bogotá D.C., por medio del diseño de una estrategia adaptada a los intereses de la población en cuestión, identificados gracias al uso de la metodología Design Thinking.

1.2 Justificación

La temática surge de un interés particular de una de las investigadoras, debido a una experiencia vivida en sus años de secundaria cursados en un colegio público de Bogotá; sus compañeros mantenían contacto con las drogas, y su amigo más cercano se convirtió en consumidor y expendedor, acciones que lo llevaron a perder el dominio de sus actos.

Esta problemática es más común de lo que parece, pues los adolescentes de nuestro país, en su mayoría, tienen cercanía con las SPA en el ámbito educativo, como se evidencia en el Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en la población escolar de Colombia cuyos resultados fueron publicados en el 2018; esta encuesta que ya había sido aplicada en los años 2004 y 2011, en el 2016 realizó una muestra de 80.018 estudiantes entre los 12 y 18 años, de los cuales el 82% asiste a colegios públicos y un

poco más de la mitad son mujeres. El 15,9% de los encuestados (12.800 estudiantes aproximadamente) dijo haber consumido una sustancia ilícita alguna vez en la vida, y con respecto al consumo en el último año la respuesta fue del 11% (Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Salud y Protección Social, Organización de Estados Americanos, Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas, 2016).

Frente a este suceso, se han implementado diferentes estrategias a través de herramientas como talleres, cartillas, charlas, apoyos audiovisuales, acompañamiento de las autoridades e incluso fuertes estrategias comunicativas; pese a ello según se evidencia en el Estudio de consumo escolar, el uso de SPA se ha visto en aumento y ha pasado de un 12,28% en el año 2004 a un 14,29% en el 2016 (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2016, p. 176).

Esto indica que la manera en la que se está comunicando el mensaje a los jóvenes puede no ser la más adecuada y la presencia de los programas no es constante, de modo que es necesario considerar las características particulares de esta etapa de la adolescencia, denominada por Jean Piaget como “La Conquista del Pensamiento” (Piaget, 2003) teniendo en cuenta, además, el entorno dentro del cual estos jóvenes se desarrollan. Igualmente, es oportuno abordar soluciones desde los medios digitales, puesto que son herramientas que captan la atención de estos chicos, ya que por su edad, tienden a dispersarse muy fácilmente, según lo que se ha

podido concluir por medio de la observación directa.

Para llevar a cabo la investigación, se selecciona como estudio de caso el Colegio Distrital Policarpa Salavarrieta ubicado en la localidad de Santa Fe, ya que este es el segundo sector en la ciudad, junto con Los Mártires y La Candelaria, en donde hay mayor prevalencia del uso de SPA (Concejo de Bogotá, 2018).

Con esta institución se trabaja para lograr que los estudiantes del grado 702 que tienen entre los 11 y 15 años, comprendan que el consumo de estas sustancias es complejo y no se debe tomar como un juego. La selección del usuario se hace a partir del contraste de tres fuentes. En primer lugar, el Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar, en el que las cifras ubican el inicio del consumo a los 13,6 años (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2016, p. 94); en segundo lugar, el testimonio de Alex Contreras un exhabitante de calle que comenzó con el cigarrillo a los 12 años (A. Contreras, comunicación personal, 29 de mayo de 2019); y, finalmente, Santiago Pérez Echeverri, excoordinador de la Línea Psicoactiva de la Secretaría Distrital de Salud, quien sugiere la edad, ya que el inicio de la poda neuronal se da en ese momento (S. Pérez, comunicación personal, 3 de mayo de 2019).

1.3 Definición del problema

Bogotá ocupa el sexto lugar en el país en el uso de cualquier sustancia ilícita, alguna vez en la vida en la población escolar, con un promedio de 21,5% del 100% de los estudiantes en la ciudad y en

quinto lugar con un 15%, con respecto al uso en el último año (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2016, pp. 88-92).

Según estudios científicos hechos en el área de Psiquiatría del Ministerio de Salud y Protección Social (2018), una de las razones que llevan al adolescente a incursionar en el mundo de las drogas en lo relativo a los factores personales, son la baja tolerancia a la frustración, conductas agresivas, baja autoestima, etc.

Entre los factores familiares, se encuentran el consumo de SPA de los padres o los encargados del menor, una disciplina autoritaria, sobreprotección, falta de supervisión/permisividad en las actividades que realizan sus hijos, violencia intrafamiliar y los divorcios (Ministerio de Salud y Protección Social, 2018).

Y en cuanto a los factores de riesgo social, se pueden mencionar la poca protección en las redes sociales, el fácil acceso a las sustancias, el uso de las mismas por los pares, el acoso, el aislamiento, la vejación, la burla y la influencia de los amigos (Ministerio de Salud y Protección Social, 2018).

Hay que decir, que la principal consecuencia que tiene el consumo de SPA es el deterioro ocasionado en la corteza prefrontal del cerebro (que es el área encargada de la toma de decisiones). Esto altera negativamente el natural comportamiento del sistema nervioso central, involucrando la percepción y la conciencia de la persona, provocando en ella una sensación de alivio patológico que con el uso reiterado puede crear una dependencia física y psicoemocional, que lleva a una pérdida de la libertad y de la estabilidad emocional. Por otra parte, la reparación del daño causado toma tiempo, pues si ya se

es adicto y se deja a un lado la adicción, son mayores las probabilidades de recaer, a causa de la ansiedad y el estrés que esto trae (National Institutes of Health, 2015).

Por su directa relación, la habitabilidad en las calles es el resultado más común. Según el “Censo de habitantes de calle” efectuado en el 2017, el 38,31% de ellos, vive en la calle por drogadicción (Rubio, s.f.; citada por el Concejo de Bogotá, 2018).

Es importante saber que los adolescentes son especialmente vulnerables a la adicción, puesto que las zonas prefrontales de su cerebro que ayudan a controlar los impulsos y a evaluar el riesgo, aún no se han desarrollado. La OEA afirma que “es particularmente importante destacar que el inicio temprano del consumo está asociado con un mayor riesgo de dependencia y de otros problemas” (National Institutes of Health, 2015).

De acuerdo con lo anterior, se plantea la pregunta central de este proyecto: ¿Se puede contribuir en la prevención del consumo de SPA de los estudiantes del grado 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta, a través del diseño de una experiencia que genere aprendizaje significativo?

1.4 Hipótesis de la investigación

1.4.1 Explicativa

Los estudiantes consumen SPA porque consideran que su uso no les genera un daño permanente; adicionalmente, la mayoría de las

herramientas y estrategias implementadas para informar sobre sus consecuencias no han sido las más adecuadas y el mensaje transmitido no ha tenido credibilidad por falta de mayor impacto.

1.4.2 Propositiva

En la medida en que se desarrolle un entorno con un lenguaje de interés cotidiano para los escolares y que genere una experiencia positiva, este podrá ofrecer un mensaje de mayor impacto que repercuta en sus decisiones en cuanto al consumo de SPA.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Contribuir en la prevención del consumo de SPA, generando aprendizaje significativo en los estudiantes del grado 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta, a través del diseño de una experiencia digital y análoga.

1.5.2 Objetivos específicos

- **Comprender** la problemática desde la realidad de los estudiantes con enfoque en su formación en SPA.
- **Caracterizar** al usuario a partir de su entorno, sustentado en sus relaciones interpersonales.
- **Determinar** la solución que mejor se adapte al usuario.

- **Evaluar** la efectividad de la solución planteada a partir de las ideas del usuario con base en los conocimientos dados.

1.6 Planteamiento metodológico

La investigación es de tipo proyectual con un enfoque cuantitativo y cualitativo. Como inicio se toma un estudio de caso (EC) con el cual se desarrolla la metodología de diseño *Design Thinking* (Dinngo, s.f.) siempre acompañada del *User Experience* (Eve Museos e Innovación, 2018), para obtener finalmente una experiencia significativa para los usuarios.

1.6.1 Etapas

1.6.1.1 Etapa 1. Empatizar

La fase de Empatizar está vinculada con el primer y segundo objetivo específico.

- a. Tarjeta persona
- b. POV – *Point of View* (Necesidades del usuario)

Las herramientas que se utilizan son la indagación en bases de datos, entrevistas a expertos, charla con experto, observación directa, encuesta demográfica y *Customer Journey Map*.

1.6.1.2 Etapa 2. Definir

La fase de Definir está vinculada al tercer objetivo específico.

- a. Requerimientos y determinantes

- b. Objetivos de diseño
- c. Criterios de diseño

Se harán entrevistas a expertos y test de conocimientos previos.

1.6.1.3 Etapa 3. Idear

Idear se vincula con el tercer objetivo específico.

- a. Hipótesis de producto

Se utilizan las herramientas co-creación con usuarios aplicando Safari, metáfora del problema, *What if* y finalmente la selección de ideas (ThinkersO, 2019).

1.6.1.4 Etapa 4. Prototipar y testear

Esta etapa se vincula con el cuarto objetivo específico.

- a. Prototipo para empatizar
- b. Prototipo final

Se usarán herramientas como el prototipo para pensar, entrevistas a expertos y una entrevista formalizada.

1.7 Alcances y limitaciones

1.7.1 Alcances

De acuerdo con los resultados obtenidos y reconociendo la complejidad de la problemática, se identifican tres frentes desde los cuales se debe trabajar para contribuir de forma más eficiente a la

prevención del consumo, en primer lugar y el que fue el principal resultado de la investigación, por lo que se desarrollará en un primer momento, es el uso de testimonios de personas relacionadas con el consumo, en segundo, el desarrollo de habilidades emocionales y por último el de habilidades ocupacionales; estos dos últimos requieren de un nuevo desarrollo de la investigación, por esta razón se trabajarán en un segundo momento.

El proyecto abarca la problemática desde el trabajo con adolescentes, específicamente. Quedan abiertos los caminos para fortalecer la solución planteada con la participación de los padres y, en profundidad, con los profesores.

Esta intervención se hace en grado séptimo; sin embargo, se considera necesaria la identificación de dos cursos clave dentro de primaria y los últimos grados de bachillerato, con el objetivo de hacer un trabajo más completo, para la realización del estudio pertinente y la proposición de soluciones a la medida.

1.7.2 Limitaciones

La experiencia será aplicada una sola vez dentro de los términos iniciales, pero es importante que sea implementada anualmente en los grados ya mencionados y realizar un trabajo de iteración en las etapas de empatizar, prototipar y testear.

Capítulo 2. Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

La etapa de la adolescencia es muy particular gracias a las características que posee, dentro de las cuales se puede mencionar un mayor grado de vulnerabilidad al consumo de SPA.

Para hacer frente a esta problemática una serie de estudios teóricos desarrollados por Ausubel, Novak y Moreira, entre otros, orientan sobre la manera de generar aprendizaje significativo, lo cual se puede vincular con la utilidad que pueden tener los medios digitales. En este capítulo se profundizará en todos estos referentes.

2.1.1 Marco teórico contextual

2.1.1.1 Características del adolescente

El término “Adolescencia” viene del verbo latino *adolescere* que significa “crecer” o “llegar a la madurez” (Golinko, 1984; como se citó en Acero, Talman y Vergara, 2007, p. 13) y tiene su inicio entre los 11 y 12 años de edad, donde empieza el periodo de poda neuronal en el cual se produce la eliminación de algunas conexiones sinápticas generales (conocimientos) formadas en la infancia, pues en la adolescencia, pierden su funcionalidad, dando paso a la creación de nuevas habilidades específicas y complejas (Chechik y colds, 1999; como se citó en Rego, 2012).

Esto se traduce en múltiples cambios tanto biológicos, como psicológicos y sociales (Ministerio de Salud y Protección Social,

2019), de lo que surge la característica principal del adolescente: la búsqueda de su identidad. Por esta razón, emprende un camino de independencia hacia su propio encuentro, de modo que la relación con sus padres se debilita, causando que la confianza y seguridad que tenía en ellos, la deposite en sus amigos y busque, así, la paridad como fuente de seguridad y autoestima (Brunet y Negro, 1984; como se citó en Acero, Talman & Vergara, 2007, p. 17); lo anterior, hace que efectúe su pertenencia a un grupo, pues al guiarse por los valores del mismo encuentra esa seguridad y confianza que busca, a la vez que le facilita el avance hacia el desarrollo de su propio concepto. Así, los miembros de un grupo acomodan su forma de actuar usando éste como referencia, para obtener reconocimiento de los demás integrantes y así evitar sanciones y rechazos (Rivas & Grande, 2010).

Por otra parte, Jean Piaget, dentro de su teoría del Desarrollo Cognitivo, denomina la etapa de los 11 a los 12 años, y en adelante, como el “Estadio de las operaciones formales” en el que se desarrolla el pensamiento abstracto y reflexivo, es decir, el joven ya es capaz de hablar y entender temas complejos; previamente, los adolescentes ya han pasado por un fortalecimiento de su capacidad de análisis, que les posibilita la predicción de situaciones hipotéticas frente a sucesos o planteamientos que antes no conocían (Universidad Autónoma de Barcelona, 2007).

Sin embargo, como se ha podido observar al interior del Colegio I.E.D. Policarpa Salavarrieta, su capacidad de concentración no está muy desarrollada pues se distraen con facilidad y buscan constantemente en qué fijar su atención.

2.1.1.2 Efecto de las SPA en el cerebro de los adolescentes

Diferentes estudios de imágenes cerebrales de personas con adicciones evidencian los cambios físicos producidos por el consumo de sustancias psicoactivas, que dificultan el óptimo desarrollo de una persona. El sector que se ve afectado es la corteza prefrontal en donde se ubican sistemas esenciales encargados del juicio, que permiten la evaluación de situaciones, la toma de decisiones acertadas, el aprendizaje, la memoria y la facilidad para mantener las emociones y deseos bajo control (National Institutes of Health, 2014, pág. 7) dicha zona cerebral, termina su proceso de desarrollo tan sólo hasta los 20 -25 años de edad de un individuo. (National Institutes of Health, 2014, pág. 4)

Las afectaciones mencionadas anteriormente inciden con mayor fuerza en los adolescentes, pues precisamente, durante esta etapa se crean las conexiones de la corteza prefrontal y acciones tales como el consumo de SPA se tornan contraproducentes, pues implican el deterioro de una parte de su cerebro que hasta ahora están desarrollando y esto trae consigo consecuencias profundas y duraderas (National Institutes of Health, 2014, pág. 10), igualmente lo expresa Anneliese Dörr, Directora del Departamento de Psiquiatría de la Universidad de Chile, quien afirma que el daño causado en el cerebro por el consumo de drogas en la adolescencia, es irreparable.

Adicionalmente, “los circuitos de placer en los cerebros de los adolescentes están predispuestos a operar con mayor velocidad, lo que genera que el consumo de alcohol y drogas resulte incluso más gratificante y tentador” (National Institutes of Health, 2015).

2.1.1.3 Influencia de las TIC en la adolescencia

La época actual presenta grandes diferencias con otras pasadas. Por ejemplo, a los adolescentes del siglo XXI se les denomina la e-generación, a lo que Prensky (2006) llama como “Nativos Digitales”, caracterizados por el constante uso de las tecnologías; son jóvenes que conviven a diario con la televisión, videoconsolas, computadoras, celulares, redes sociales etc. convirtiéndose estos últimos, en un entorno natural en el que pueden desenvolverse (Hernández, López, & Bautista, 2015, pág. 171)

Una de las razones por las que los adolescentes usan estas tecnologías y tienen gran relevancia para ellos, radica en que son un medio por el cual pueden suplir algunas de las necesidades que tanto los caracterizan, la búsqueda de identidad, de independencia y de relacionarse: en el sentido de pertenencia y aceptación en el grupo de pares, afectividad y la construcción de un proyecto de vida con autonomía lejos de los adultos (Sánchez, Crespo, Aguilar, Cañigral, Benavent y Valderrama, 2015, p. 18); de allí, que la población sea “plenamente consciente de la influencia que las TIC¹ ejercen en la educación de los hijos, asumiendo que la información que los jóvenes reciben de las TIC tiene más influencia que la aportada por los padres” (Sánchez *et al.*, 2015, p. 23).

Finalmente, según Echeverría (2000; citado por Hernández *et al.*, 2015), “las TIC presentan el potencial de ser un valioso aliado para el ejercicio de los valores sociales y humanos, tanto por su poder de

¹ Tecnologías de la información y las comunicaciones.

acortar las distancias, como el poder de manejar grandes volúmenes de información” (p. 173); adicionalmente, a partir de ellas pueden surgir nuevos modelos de conducta y así mismo, llegar a ser grandes fuentes de educación, ya que en estos medios los jóvenes encuentran modelos a imitar (Morales, 2009; como se citó en Hernández *et al.*, 2015, p. 174).

2.1.1.4 Teoría del aprendizaje significativo de Novak y Ausubel y el aprendizaje crítico de Moreira

Joseph Novak (1998; como se citó en Flores, 2014) dice que el propósito principal de la educación es capacitar a los aprendices para hacerse cargo de su propia construcción de significados, por lo que surge su teoría del aprendizaje significativo (p. 54); se trata de un proceso mediante el cual un sujeto adquiere o le enseñan un conocimiento que permanece en el tiempo y genera un impacto emocional; para esto es importante tener en cuenta: los presaberes del aprendiz, la buena disposición del mismo, que la herramienta utilizada para enseñar sea la adecuada y que en la mayoría de casos no se puede generar un verdadero conocimiento tan sólo con el primer acercamiento (Flores, 2014).

Muchos han sido los aportes de diferentes expertos a esta teoría, como el realizado por Moreira (2000c; como se citó en Arriasecq & Santos, 2017), quien propone implementar un *aprendizaje significativo crítico* integrando presupuestos de Ausubel, Postman y Weingartner (p. 6). De este modo aprender conlleva a una

actitud crítica del sujeto frente a su propio proceso de aprendizaje y es indispensable que quien desea aprender de esta manera se pregunte ¿qué es lo que desea aprender? ¿por qué debería aprenderlo? y ¿para qué? (Arriassecq & Santos, 2017, p. 6).

Un alumno capaz de lograr un aprendizaje con estas características tendrá los elementos necesarios para posicionarse dentro del contexto sociocultural al que pertenece de forma crítica y analítica, lo cual le permitirá tomar decisiones e implementarlas, así como aprender a manejar el conocimiento de la cultura en la que se encuentra inmerso sin que éste lo domine. De igual modo, habrá logrado un aprendizaje crítico y subversivo (Moreira, 2000; como se citó en Arriassecq & Santos, 2017, p. 6).

2.1.2 Marco teórico disciplinar

El diseño de experiencias exige al diseñador el uso de ambos hemisferios del cerebro; por un lado, para imaginar y crear nuevos métodos de enseñanza creativos y diferentes y en segundo lugar el cerebro más ordenado para poder darle forma a esas ideas (Galera, 2019).

Por otra parte, es necesario conocer los diseños que se hacen para los adolescentes desde diferentes fuentes, para poder aplicarlo en un diseño experiencial. En este apartado nos referiremos a todo ello.

2.1.2.1 Diseño de experiencias en dispositivos digitales

“Los adolescentes no leen, ya tienen suficiente con el colegio. Por lo que prefieren productos digitales fáciles de escanear o que ilustren conceptos visualmente a aquellos que tienen mucho texto” (Joyce & Nielsen , 2019).

“Se sienten sobrepasados con el contenido de los productos digitales. Usa palabras que los adolescentes entiendan, escribe frases y párrafos cortos. Formatea los puntos clave y usa listas con viñetas para señalar los pasos de un proceso. Si tienes una audiencia amplia escribe como si fuera para un chaval de primero de la ESO², lo cual te ayudará a mejorar la comprensión para todas las franjas de edad” (Joyce & Nielsen , 2019).

“Evita hablar de forma condescendiente o infantil. El tono apropiado puede elaborar tu sitio o romperlo si usas uno inadecuado” (Joyce & Nielsen , 2019).

² Escuela Secundaria Obligatoria en España

2.1.3 Marco conceptual

Tabla 1. Conceptos base del proyecto

<p>Lenguaje Adolescente</p> <p>(Alvarado, 2017)</p>	<p>Avello y Muñoz (1989; como se citó en Ríos, 2010)</p> <p>Se refiere al lenguaje juvenil como “una reacción a las instituciones como la familia, la escuela, la iglesia y los medios de comunicación de masas que les dicen qué deben hacer y qué no, cómo deben actuar y qué deben ponerse, entre otras cosas” (p. 135). La jerga, continúa la autora, le da identidad a los y las jóvenes solo en tanto sean miembros del grupo que la utiliza.</p>
<p>Líder de opinión</p> <p>(Rivas & Grande, 2010, pág. 217)</p>	<p>“Es aquella persona que dirige y encabeza la opinión del grupo como unidad. Es quien fija la mayor parte de las normas y directrices que orientan la actuación del colectivo”.</p>
<p>TIC</p> <p>(Ministerio de Tecnologías de la Información y</p>	<p>Las Tecnologías de la información y las comunicaciones, se definen como todos los dispositivos y softwares que permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información.</p>

Comunicaciones, 2017)	
Nativos digitales (Fernández, 2010)	“No hay acuerdo universal sobre lo que realmente significa la expresión nativos digitales, pero se asocia con quienes nacieron después de 1980, familiarizados con las tecnologías de información y comunicación desde la más temprana edad. Marc Prensky acuñó el término en su trabajo <i>Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales</i> , publicado en 2001”.
Psicología Inversa (Papa, 2018)	Según Viktor Frankl (s.f.), cuando se recibe la psicología inversa, es un proceso motivacional mediante el cual el ser humano defiende su libertad, es la reacción al comportamiento de un externo que amenaza con reprimirla. Cuando se aplica, consiste en pedir o decir lo contrario a lo que se espera, con el objetivo de que el receptor haga, lo que realmente se desea.

Fuente: *Construido a partir de Alvarado, 2017; Fernández, 2010; Rivas y Grande, 2017 y Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, 2017.*

2.1.4 Marco institucional



Figura 1. Instituciones relacionadas.

Fuente: Elaboración propia.

En este apartado se enmarca el colegio en el cual se desarrolla el proyecto y las instituciones responsables de la prevención del consumo de drogas.

2.1.4.1. I.E.D. Policarpa Salavarrieta



Figura 2. Colegio I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

Fuente: <https://www.eltiempo.com/bogota/construiran-nueva-sede-para-colegio-policarpa-salavarrieta-por-disputa-con-museo-nacional-348306>

La I.E.D. Policarpa Salavarrieta es un colegio público ubicado en el barrio San Martín, perteneciente a la localidad de Santa Fe, una de las más afectadas por el consumo de SPA en instituciones educativas. Sus estudiantes vienen de barrios como Las Cruces, Las Nieves, San Diego, La Candelaria, Las Aguas, La Perseverancia, etc. (Concejo de Bogotá, 2018).

2.1.4.2 Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC)

La UNODC es una agencia de las Naciones Unidas cuyo objetivo principal es luchar contra las drogas y el crimen organizado transnacional, para prevenir que estos afecten la seguridad, la paz y la oportunidad de desarrollo de los ciudadanos. Cada vez que Colombia decida adoptar alguna medida que sea propuesta por esta entidad, esta decisión tendrá repercusiones en el funcionamiento de las diferentes ciudades, entre esas Bogotá (Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito - Colombia, 2019).

2.1.4.3 Comisión Interamericana para el Control de Abuso de Drogas (CICAD)

El CICAD es la entidad encargada de hacer los diferentes encuentros

políticos entre los países americanos, para tratar con el problema de las drogas. Su objetivo es prevenir y tratar el abuso de SPA y reducir la oferta y disponibilidad. Las decisiones que se tomen en estos foros podrán hacer que la problemática que se trata en este proyecto se incremente o reduzca (Organización de Estados Americanos, 2014).

2.1.4.4 Ministerio de Salud y Protección Social

El Ministerio de Salud y Protección Social entidad encargada de los planes de la política de salud pública a nivel nacional, entre otros, el de Promoción de la Salud, Prevención y Atención del consumo de SPA en donde se plantean los lineamientos a seguir frente a esta problemática por las diferentes entidades implicadas en el tema (Ministerio de Salud y Protección Social, 2011).

2.1.4.5 Observatorio de Drogas de Colombia (O.D.C.) - Ministerio de Justicia y el Derecho

El Observatorio de drogas de Colombia es un centro de conocimiento que facilita información a la comunidad nacional e internacional para una mejor comprensión de las diferentes manifestaciones del problema de las drogas y así la formulación y ajustes de políticas, toma de decisiones, diseño y evaluación de programas y proyectos (Observatorio de Drogas de Colombia, 2019).

2.1.4.6 Ministerio de Educación Nacional (MEN)

En relación con el tema de las drogas, el Ministerio de Educación Nacional, es la entidad encargada de diseñar y llevar a cabo los programas de prevención y tratamiento en los colegios públicos del país (Ministerio de Educación, 2018).

2.1.4.7 Secretaría Distrital de Salud

La Secretaría Distrital de Salud es la entidad encargada de la promoción de la salud pública a nivel Bogotá, una de sus labores es la creación de diferentes programas de prevención y tratamiento del problema de las SPA, entre las instituciones que deben intervenir están los colegios públicos de la ciudad (Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Salud, 2013).

2.1.5 Marco legal

2.1.5.1 Ley 30 de 1986

En la Constitución Política de Colombia se contempla la prevención del consumo de SPA desde la exigencia de la difusión de información relacionada en las instituciones educativas del país desde los siguientes dos artículos:

Artículo 11. Los programas de educación primaria, secundaria y superior, así como los de educación no formal,

incluirán información sobre riesgos de la farmacodependencia, en la forma que determine el Ministerio de Educación Nacional y el ICFES, en coordinación con el Consejo Nacional de Estupeficientes (Constitución Política de Colombia, 1986).

Artículo 53. Los establecimientos educativos que incumplan lo previsto en los artículos 11 y 12 de la presente Ley, incurrirán en multa en cuantía de diez (10) a cuarenta (40) salarios mínimos mensuales, sin perjuicio de las sanciones que, para los establecimientos de educación postsecundaria, establece el artículo 184 del Decreto-Ley 80 de 1980 (Constitución Política de Colombia, 1986).

2.1.5.2 Código de Infancia y Adolescencia - Ley 1098 de 2006

Dentro del código de infancia y adolescentes se incluye la defensa de los menores de las posibles implicaciones que puedan tener en relación a las drogas en el artículo 20 de la presente ley:

ARTÍCULO 20. DERECHOS DE PROTECCIÓN. Los niños, las niñas y los adolescentes serán protegidos contra:

3. El consumo de tabaco, sustancias psicoactivas, estupeficientes o alcohólicas y la utilización, el reclutamiento o la oferta de menores en actividades de promoción, producción, recolección, tráfico, distribución y comercialización (Congreso de la República, 2006).

2.1.5.3 Resolución 089 de 2019

Por medio de la Resolución 089 de 2019, se adopta la Política Integral para la Prevención y Atención del consumo de SPA, denominada “Plan Decenal de Salud Pública y el de Salud Mental” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2019).

2.2 Estado del arte

Frente al problema del consumo de SPA, a lo largo de los años la Alcaldía Mayor de Bogotá ha implementado diferentes proyectos en busca de la prevención, los cuales se analizarán a continuación; sin embargo, según el Estudio Nacional de Consumo de SPA en Población Escolar, ya mencionado anteriormente, realizado en el segundo semestre del año 2016 a 3.243.377 estudiantes de los grados séptimo a undécimo de los colegios públicos de la ciudad de Bogotá, el 21,5% de ellos declaró haber consumido droga alguna vez en su vida (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2016).

2.2.1 Programa de educación para la resistencia al uso y abuso de las drogas y la violencia (DARE)



Figura 3. Programa 'DARE'.

Fuente: BASC

El programa de educación para la resistencia al uso y abuso de las drogas y la violencia, es un proyecto de los Estados Unidos creado e implementado en el año 1983, que ha sido adaptado por la Policía Nacional en Colombia desde el año 1996 (Gobernación de Casanare, 2015).

Este usa el método de prevención universal, es decir, no pretende enfocarse sólo en una SPA específicamente, sino brindar herramientas para el desarrollo de habilidades generales para prevenir el consumo de todo tipo de sustancias. El programa se aplica en el ámbito escolar y tiene un enfoque salubrista (Páez, 2016, p. 6).

Con DARE se han realizado el mayor número de intervenciones en los estudiantes, pues según el Área de Prevención de la Dirección de Antinarcóticos de la Policía Nacional, tan sólo en los primeros tres meses del año 2015, el mensaje fue difundido entre 10.091 estudiantes (Páez, 2016, pág. 6).

La estrategia del programa se basa en la utilización de talleres impartidos durante dos meses y medio por los mismos policías, quienes dan a conocer la existencia de las diferentes drogas y los daños físicos, emocionales y legales que puede generar su consumo. Los estudiantes también reciben gratuitamente una cartilla, en la cual pueden encontrar información relacionada y diferentes situaciones hipotéticas en las cuales pueden seleccionar “¿cuál sería su modo de actuar?”. De igual modo, cuentan con una serie de cortometrajes animados en YouTube. De esta forma, el programa busca que, a partir del análisis de la información expuesta, los adolescentes y niños entiendan cómo tomar decisiones, cómo se puede realizar un proyecto de vida y así ser capaces de decir no al consumo de droga. Finalmente, se les entrega un certificado como reconocimiento por la realización del curso (Policía de Colombia, 2009).

2.2.2 Cambiando el foco



Figura 4. Programa 'Cambiando el foco'.

Fuente: <https://corporacion-ats.com/cambiando-el-foco/>

Cambiando el Foco, es una estrategia integral que pretende cambiar el enfoque desde el cual se ha venido abordando el consumo de SPA en los colegios de Bogotá, implementado por la Acción Técnica Social (ATS) en el año 2015.

El kit de herramientas pedagógicas fue desarrollado en conjunto por la ATS, los profesores y los estudiantes de 50 instituciones educativas de la ciudad, con el objetivo de aportar ideas, reflexiones y herramientas para la prevención y abordaje del consumo en la escuela, y de esta manera permitir que los estudiantes sean vistos como seres humanos frágiles y poderosos a la vez.

Se basa en la presentación de información a través de tres cartillas tituladas de la siguiente manera:

- Manejo del primer episodio.
- Identificación de Centros Automáticos de despacho (CAD).
- Procedimientos jurídicos en consumo y microtráfico.

También cuentan con una ruta para el abordaje especializado en cada colegio, un escrito de caracterización de sustancias, 3 documentales, 3 videoclips y 1 video proceso, *stickers*, afiches y plegables (Acción Técnica Social, 2015).

2.2.3 Tunjuelito la tiene clara con las drogas



Figura 5. Programa “Tunjuelito la tiene clara con las drogas”.

Fuente: <https://www.corporacion-ats.com/tunjuelito-la-tiene-clara-con-las-drogas/>

Tunjuelito la tiene clara con las drogas, es un proyecto creado por la

ATS para realizar acciones de formación, sensibilización y difusión para la prevención del consumo de SPA en entornos escolares.

Trabajaron de la mano con 650 estudiantes de octavo y décimo grado, docentes y orientadores de 12 colegios de la localidad de Tunjuelito, en la tarea de llevar a cabo la producción de 6 cortometrajes que crean y protagonizan los mismos jóvenes, y el diseño de diferentes postales, grafitis, cuñas radiales, afiches, *stickers* y cortometrajes; además, exhibieron stands en descansos y jornadas culturales, en los cuales los mismos estudiantes (con una formación previa en la temática) entregaban las piezas gráficas que ellos mismos habían realizado. Todo esto para generar un ambiente más cercano e integrador con los adolescentes (Acción Técnica Social, 2015).

2.2.4 Piensalo.co



Figura 6. Programa 'Piensalo.co'.

Fuente: <https://piensalo.co>

Piénsalo.com es una estrategia de la Secretaría Distrital de Salud que surge a principios del año 2019; se trata de una página web que pretende hablar directo, claro y sin tapujos, en la cual se brinda información con base científica sobre lo que el consumo de SPA causa en el cuerpo y los riesgos que puede traer; otros aspectos que se mencionan son cómo actuar en caso de una intoxicación y la clarificación de diferentes mitos acerca de estas sustancias (Subred Integrada de Servicios de Salud , 2019).

Adicionalmente, cuenta con un chat dirigido por los psicólogos profesionales de la línea psicoactiva, en el cual jóvenes, padres y profesores podrán entrar para clarificar sus dudas. Por último, también usa las redes sociales para ampliar el número de personas a las cuales se espera que les llegue el mensaje (Subred Integrada de Servicios de Salud , 2019).

2.3 Caracterización de usuario

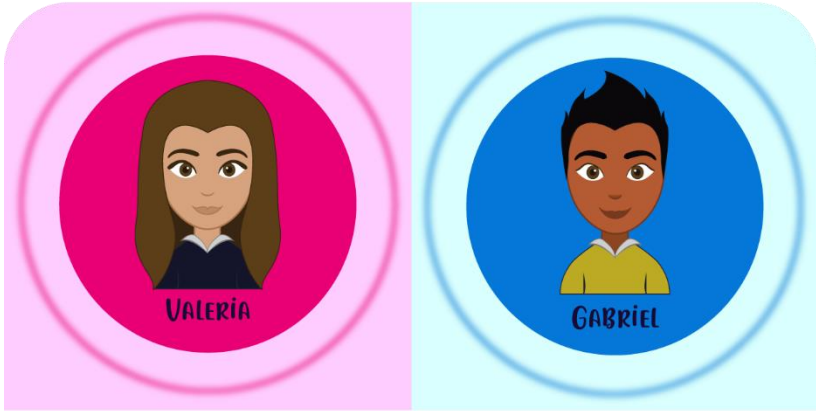


Figura 7. Ilustración de usuario.

Fuente: Elaboración propia

La población escogida corresponde a adolescentes dentro de los 12 y 13 años, estudiantes de un colegio público de Bogotá; como estudio de caso, se toma el curso 702, del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

La selección de la edad se hace a partir de una serie de datos, recolectados tanto de fuentes secundarias como primarias, como lo son:

- El inicio del consumo de los jóvenes en el país, que se da alrededor de los 13 años, según el Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2016).
- Se presenta el caso del señor Alex contreras, quien inicia su historia del consumo a la corta edad de 12 años, quien, de acuerdo

a su experiencia, denota esta, una edad oportuna para realizar una intervención, suponiendo grandes posibilidades de prevenir la adicción; mientras que en la edad adulta se hace muy complejo lograr la rehabilitación total de un consumidor. (A. Contreras, comunicación personal, 29 de mayo de 2019).

- El comienzo de la “poda neuronal”, mencionada anteriormente, a los 12 o 13 años, que, durante su maduración, pone al joven frente a una situación de descontrol de impulsos, desajustes conductuales y déficit cognitivos, que pueden ser riesgosos para el bienestar del adolescente, incitándolo a conductas innecesarias como el consumo de drogas, suicidio, etc. (Rego, 2012).
- En relación al contexto, se identifica el colegio público como un entorno vulnerable, por la mayor presencia de consumo en este tipo de instituciones: un 18,14% de los estudiantes encuestados proviene de colegios privados y 81,86% de colegios públicos, resultados del Estudio Nacional de Sustancias Psicoactivas en Población Escolar, ya mencionado reiteradamente, en ocasiones anteriores, (Ministerio de Justicia y del Derecho *et al.*, 2016).

Capítulo 3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados

3.1 Criterios de diseño

A partir de la etapa Empatizar se logra un amplio conocimiento acerca de los comportamientos y formas de pensar de los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta, lo que da paso a la definición de las características que debe tener el producto, siempre con miras a contar con un diseño llamativo y cercano para los adolescentes.

3.1.1 Árbol de objetivos de diseño



Figura 8. Árbol de objetivos.

Fuente: Elaboración propia.

- Generar: un impacto emocional en los adolescentes para conseguir que el mensaje sea recordado a lo largo del tiempo.
- Desviar: la atención que los chicos buscan en sus compañeros o amigos que son malas influencias hacia aquellos que no lo son.

- c) Aprovechar: por medio de la empatía, el comportamiento y la forma de pensar de los estudiantes, para diseñar un producto a su medida.
- d) Fortalecer: las estrategias ya existentes, abarcando el problema desde fuentes como el diseño.
- e) Ofrecer: Alternativas de prevención inusuales e interactivas que involucren la actividad de los jóvenes para que al ser parte de la experiencia se sientan inmersos y así el mensaje sea mejor captado.

3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

Surgen del estudio y análisis de las necesidades y motivaciones del usuario siempre pensando en que el producto sea lo más llamativo y cercano posible.



Figura 9. Requerimientos y determinantes de diseño.

Fuente: Elaboración propia.

- a) Jerga adolescente: el producto debe manejar el lenguaje que usan los adolescentes para conseguir una mayor empatía.
- b) Sin autoridad: debido a la condición de los jóvenes de querer alejarse de sus padres y de figuras de autoridad, el mensaje que venga de dichas fuentes no será muy tomado en cuenta.
- c) Cercano: plantea situaciones cotidianas para el estudiante, de modo que sienta que están hablando de lo que él vive y así generar identificación.
- d) Llamativo: para los estudiantes y así captar de mejor forma su atención.
- e) Grupos: debe ofrecerse a grupos de máximo 6 personas, para captar mejor su atención y facilitar la recepción del mensaje.
- f) Influencia: generar estrategias que vinculen a los líderes estudiantiles en el proyecto, como actores del producto final y de esta forma lograr que sean un ejemplo cercano para sus pares.
- g) Recordación: además de un lenguaje juvenil tendrá ironía.
- h) Red de apoyo: por la tendencia de varios estudiantes a estigmatizar a quienes consumen como ignorantes e incapaces de manejar su vida, se debe generar una comprensión de las causas que llevan a los chicos a consumir y promover el apoyo entre ellos.
- i) Resistentes: a la manipulación constante.
- j) Duración: máxima de 10 o 15 minutos cada actividad, pues el límite de capacidad de concentración en los adolescentes es de 20

minutos.

- k) Experiencia de vida: con el objetivo de generar empatía.
- l) Hablar de SPA: pues en el colegio no se les está hablando al respecto.

3.2 Hipótesis de producto

La presente hipótesis se fundamenta en el acercamiento a fuentes secundarias leídas anteriormente, y en el estudio que se podrá apreciar en los siguientes ítems.

Por lo anterior, se concluye que el diseño de una experiencia que disponga un ambiente propicio para que los adolescentes se sientan cómodos y puedan expresar sus ideas y resolver dudas en relación al consumo de sustancias psicoactivas, con ayuda de la presencia de expertos en la temática, es un método eficaz para generar aprendizaje significativo.

De modo que, se propone la construcción de un Cine Móvil, que se ubique en el patio de descanso e inicie sus funciones en la jornada de estudio, lo que permite la disociación con las clases; en el cuál, los estudiantes podrán ver un video testimonio compuesto por tres historias, la principal, será el de una persona que haya vivido todas las etapas del consumo, incluida, la rehabilitación; las otras dos, de integrantes del curso que ejerzan un liderazgo y tengan una experiencia relacionada con las drogas.

El desarrollo de la actividad, inicia con la entrega de los boletos de entrada, seguida del ingreso de grupos de a cinco

miembros, repartición de palomitas de maíz y la presentación del audiovisual animado cuyo estilo se asemeja a los videos de un youtuber (duración máxima de 15/20 minutos); en un segundo momento, se hace la presentación del exconsumidor, sentándolo justo en frente y a la misma altura que los espectadores con el objetivo de que pregunten lo que venga a sus mentes, al tiempo que el psicólogo resuelve sus dudas más técnicas; finalmente se hace una entrega de un llavero que deja como reflexión y un último recuerdo, la importancia de atreverse a soñar, amar y a crear su propio futuro.

3.3 Desarrollo y análisis Etapa Empatizar

En esta etapa se dio inicio al proyecto con la adquisición de los primeros conocimientos desde fuentes secundarias, por medio de un proceso de indagación profunda sobre las temáticas que rodean y sustentan el consumo de SPA en los adolescentes y la situación de la ciudad y el país; de igual modo, se recopiló información acerca de la explicación teórica de las características de esta población y las implicaciones de su consumo, así, como la influencia que tiene el diseño y los medios digitales sobre el usuario. Adicionalmente, en este punto surge el primer acercamiento a la definición de la hipótesis, el objetivo del proyecto y la metodología que se usó.

En un segundo momento, se inició con la realización de entrevistas, charlas y *Focus Groups* con el objetivo de obtener un acercamiento de mayor veracidad, que se presenta a continuación:

3.3.1 Entrevistas

3.3.1.1 Orientador del I.E.D. Gabriel Betancourt Mejía

David Rincón ha sido el orientador del colegio durante los últimos 6 años, lo que le ha dado una amplia experiencia en relación con el consumo de SPA en estudiantes de colegio público, al igual que su trabajo en el ámbito de la Psicología.

En búsqueda de comenzar la inmersión en la realidad se lleva a cabo la siguiente entrevista en la que se plantea la siguiente pregunta como objetivo de la entrevista: ¿Qué factores pueden influir positivamente en la prevención del consumo de SPA en los adolescentes de los colegios públicos de Bogotá?

Como conclusiones a raíz de esta entrevista se puede mencionar el haber logrado validar la información encontrada por medio de la indagación; es decir que:

- a) La información en sí misma no es suficiente.
- b) El consumo es problemático si trasciende la línea del juego, puesto que las sustancias tienen efectos secundarios que afectan la vida social y pueden “secuestrar” el cerebro del chico, volviéndolo un adicto.
- c) A excepción de pocos casos, la mayoría de los chicos siente que cuando consumen están haciendo algo indebido.
- d) En la institución se ha trabajado con diferentes estrategias que incluyen programas de la Secretaría Distrital de Salud, como la

asistencia de un cuentero que ridiculizaba a los chicos que consumían y tenían la actitud de sobrades, el DARE y obras de teatro ofrecidas por la misma institución.

Como respuesta a la pregunta planteada, el entrevistado señaló que, al ser una problemática compleja se debe afrontar con métodos de gran alcance, como el ofrecimiento de opciones para que los adolescentes puedan desarrollar sus habilidades y un fuerte trabajo de vinculación de los padres en el desarrollo de sus hijos (D. Rincón, comunicación personal, 3 de febrero del 2019).

(Anexo 3)

3.3.1.2 Excoordinador de la Línea Psicoactiva de la Secretaría Distrital de Salud

Santiago Pérez Echeverri es un psicólogo especializado en infancia, cultura y desarrollo, así como maestro en infancia y cultura de la Universidad Distrital. Su experiencia se construye a partir de su participación en diferentes entidades; durante seis meses hizo parte de ONDAS, programa de Colciencias que incentiva la investigación en niños, niñas y adolescentes; y los siguientes seis meses perteneció a una institución del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) de restablecimiento de derechos a adolescentes con problemas de consumo. Luego se vinculó por un año a la Secretaría Distrital de Salud en temas de salud pública, en proyectos como “Territorios Saludables”. Allí debía realizar actividades grupales de prevención y

promoción, por ejemplo, un trabajo con habitantes de calle y con varios colegios para la prevención del consumo de SPA. Finalmente, estuvo coordinando la Línea Psicoactiva en la que aportó y fortaleció sus conocimientos por cuatro años.

El objetivo de la entrevista era identificar la edad en la cual es más oportuna la intervención de la prevención para definir el usuario. Como conclusiones se obtuvieron las siguientes:

- e) Surge un segundo argumento para la selección de la edad del usuario, pues se habla de la poda neuronal, proceso de gran importancia en el desarrollo humano que se da a los 12 años; él le llama “momento crítico”.
- f) Se confirma que el consumo de drogas en la adolescencia puede generar daños irreparables.
- g) Se fortalece la definición de las necesidades y motivaciones de la adolescencia, que se habían planteado como: “Ellos quieren saber y demostrar que son capaces” y “Se ponen a prueba”.
- h) Se comprueba la hipótesis: por las características que implica la adolescencia, no se debe involucrar directamente a padres, profesores o figuras de autoridad; por ende, debe existir una vinculación de estos, pero de forma paralela.
- i) Se entiende la complejidad del problema al evidenciar diversas realidades por las cuales se llega a una situación de dependencia de una sustancia psicoactiva, pues como afirma Pérez “La vida nunca es lineal”. Y hay muchas razones que llevan a un ser humano al consumo.
- j) Es claro que en la sociedad se mantienen una variedad de

creencias respecto a las drogas, siendo ello un punto importante de investigación que no se puede aislar al momento de interactuar con un estudiante que esté expuesto al consumo.

Uno de estos mitos, es considerar que algunas sustancias psicoactivas son “naturales” y que por consecuencia no va a generar ningún tipo de daño al organismo.

También se evidencia un claro desconocimiento del hecho de que existen personas que por razones físicas, emocionales, psicológicas, contextuales y/o hereditarias tienen tendencia a la dependencia.

Así mismo, se evidencia el cómo en los jóvenes hay un claro desconocer de quien o quienes pueden ser “expertos” en el consumo, puesto que, para resolver sus inquietudes, acuden a compañeros de su misma edad o mismas experiencias en las drogas. Encontrando respuestas en las cuales son animados a continuar o hacer parte de una vida en el consumo.

Dicha experiencia tendría una respuesta polarizada si se contrastara con la opinión de un “consumidor avanzado”, quién ha pasado por las diversas etapas; este “experto” en el camino de las drogas dará al consumidor inicial un punto de vista en el cual el uso de sustancias psicoactivas no es la mejor opción que se puede tomar.

Otro de los mitos, que se presenta, está relacionado con la frase “hijo, no le reciba nada a un extraño”, pues bien, de acuerdo a las memorias de quienes compartieron su experiencia para este trabajo, clarifican que su primer contacto con algún tipo de droga

se llevó a cabo por la intervención de un amigo cercano.

- k) “Yo lo controlo”, es otra de las frases que suelen escuchar y repetir, sin entender que la persona no es adicta, sino su cerebro. Esto quiere decir que no siempre se controla el consumo de drogas, ya que si el cerebro lo pide es difícil negarse, pues el cerebro controla muchas cosas involuntarias. Como ejemplo, el experto dice que no es posible controlar el momento en el que surge el sueño, o las emociones que desagradables, y que si se usa periódicamente una sustancia cabe la posibilidad de volverse adicto a esta, ya que son cosas que el cuerpo no controla.
- l) También es claro que dar respuestas a cuestionamientos de maneras más simples puede funcionar muy bien.

(S. Pérez Echeverri, comunicación personal, 3 de mayo de 2019).

(Anexo 4)

3.3.1.3 Alex Contreras (*exhabitante de calle*)

El señor Alex Contreras permaneció durante tres años siendo habitante de calle debido al consumo de drogas; trayendo a colación toda su experiencia, se busca que desde su punto de vista plantee las razones por las cuales una persona entra en el consumo a temprana edad e ideas sobre la forma correcta para hablar a los adolescentes sobre las SPA, conclusiones:

- a) Él inició su consumo a los 12 años, por lo que aconseja que el tema debe hablarse desde edades más tempranas; sin embargo, al contrastar con las fuentes anteriores se define ésta como la

edad del usuario.

- b) Afirma que se consume por convicción y por rebeldía, porque a esa edad los chicos se creen muy grandes, y el consumo refuerza esa idea.
- c) Según él, un amigo es la mejor persona para hablar y aconsejar sobre el consumo.
- d) Él propone ir a los colegios vestido de habitante de calle para generar un impacto y contar su historia de vida.

(A. Contreras, comunicación personal, 29 de octubre del 2019).

(Ver Anexo 5)

3.3.1.4 Orientadoras del I.E.D. Policarpa Salavarrieta

Piedad Virgüez es trabajadora social y orientadora de grados quintos, sextos y séptimos desde hace seis meses. Ha trabajado con el distrito durante cinco años en Usme, Suba, Chapinero y actualmente en Santa fe. Junto a ella se hace la selección del curso 702 como estudio de caso.

Andrea Hernández, ha trabajado en colegios privados, en los cuales también se ve la problemática, y en una comunidad terapéutica llamada los Terciarios Capuchinos durante dos años, en los cuales atendió distintas necesidades de chicos consumidores de SPA y sus padres.

Con la entrevista, se pretendía tener una aproximación a la problemática que rodea al curso 702 (estudio de caso), previamente seleccionado junto con una de las orientadoras, e identificar las

estrategias que se han aplicado en la institución para la prevención de sustancias psicoactivas.

A partir de lo anterior se recibe la siguiente información:

- a) La Secretaría Distrital de Salud está haciendo presencia con el programa SOJU (Servicio de Orientación Juvenil) y acompañamiento personalizado con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- b) Estaban pensando en llevar a la institución experiencias de vida, al ya haberlo hecho anteriormente, se pudo evidenciar que los chicos prestaban más atención que a un taller o un video.
- c) Se considera necesario realizar una intervención desde la infancia y la prevención debería ser parte del currículo escolar.
- d) El contexto influye en gran medida en la predisposición de los jóvenes al consumo.
- e) El consumo se dispara a partir de octavo en adelante, igualmente, en los grados anteriores también se ven casos de consumo.
- f) Muchos lo hacen por curiosidad otros por aceptación.

(P. Virgüez y A. Hernández, comunicación personal, 27 de agosto del 2019).

(Anexo 6)

3.3.2 Trabajo de campo

3.3.2.1 Observación directa



Figura 10. Fotografía tomada al curso 702 durante observación directa.

Fuente: Elaboración propia.

La observación directa, se hace a los estudiantes del curso 702, estudio de caso, por medio del acompañamiento a los jóvenes durante toda una jornada de estudio, tratando de pasar lo más desapercibidas posible, para esto, las investigadoras se ubicaron en la parte de atrás de los salones.

El objetivo de la observación era reconocer el comportamiento del usuario en su ambiente, para comprender y verificar la información recolectada anteriormente, así como recopilar nuevos datos de primera mano, para hacer una descripción más detallada de la tarjeta persona.

Como conclusiones se obtuvieron las siguientes:

- a) Tienen actitud de sobrades, desinterés quieren parecer maduros y usan groserías como si lo supieran todo; esto desencadena un bullying pesado y constante, por eso quieren actuar de la mejor manera y no equivocarse.
- b) Es la etapa de inicio para la conquista y las relaciones amorosas.
- c) Buscan llamar la atención, ser diferentes y existe una fuerte presencia de la influencia.
- d) La edad entre los 11 y 15 años es una etapa en la cual los adolescentes tienen un nivel de atención muy bajo, cuando los profesores le hablan a todo el grupo al mismo tiempo, los jóvenes se distraen con facilidad, ya sea hablando con sus amigos, jugando en el celular, mirando redes sociales, dibujando, etc.
- e) Se enfrentan a los profesores con dureza, a pesar de que reconocen que los mayores tienen la autoridad.
- f) Hay un gran desinterés por el estudio; sin embargo, todos saben que deben responder y pasar la materia, así sea por copia.
- g) Piensan en pasar el momento, esperando a la hora de salir del colegio, y no se interesan mucho en el futuro.

(Anexo 7)

3.3.2.2 Encuesta demográfica

Esta encuesta fue realizada al final de la sesión de observación, cuyo objetivo fue ampliar los conocimientos que se tenían de los estudiantes (con relación a sus nombres, edad, datos de vivienda y

presencia de sus familiares, hobbies, pasatiempos y finalmente el contacto y dominio que tienen de las TIC).

A continuación, se presentan los resultados de los porcentajes de edad del salón:

044.

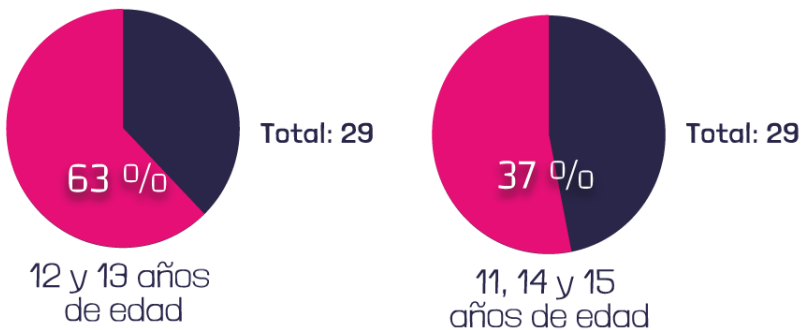


Figura 11. Resultados de la encuesta demográfica con relación a las edades del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

Fuente: Elaboración propia.

Se encuentra que el rango de edad en el curso está entre los 11 y 15 años, siendo la mayoría de los estudiantes de 12 y 13.

En la siguiente figura se encuentran las gráficas que demuestran la cantidad de estudiantes que vive con su núcleo familiar y otros integrantes de la familia y quienes viven en un internado:

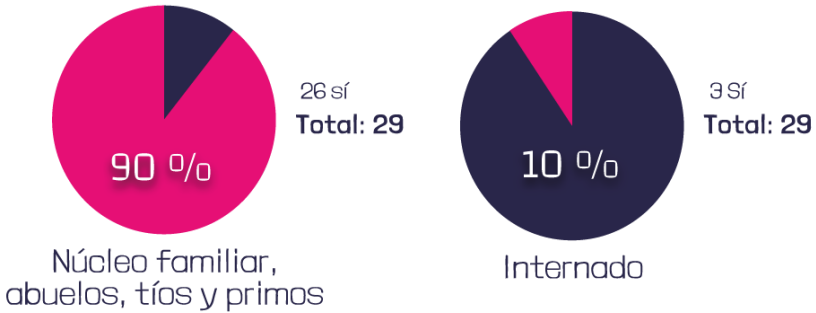


Figura 12. Resultados de la encuesta demográfica con relación a las personas con las que viven los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los estudiantes vive con su núcleo familiar, en algunos casos conformado por mamá, papá y hermanos; en otros por mamá, padrastro y hermanos; o por mamá y hermanos o papá y hermanos; en ocasiones con más integrantes de la familia como abuelos, tíos o primos; y tres estudiantes viven en un internado conformado por 70 niñas.

En la siguiente gráfica se puede identificar la presencia familiar que tienen los estudiantes después del colegio:

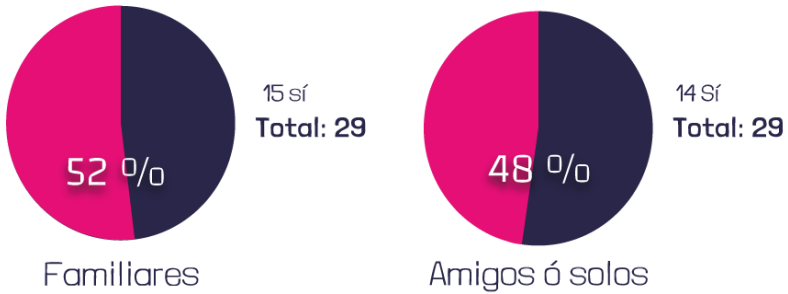


Figura 13. Resultados de la encuesta demográfica con relación a la presencia familiar en las tardes de los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

Fuente: Elaboración propia.

Tan sólo un poco más de la mitad de los estudiantes cuenta con la presencia de sus familiares durante las jornadas de la tarde. En estos espacios, los adolescentes realizan tareas diferentes al estudio como practicar algún deporte, algún instrumento, ver televisión, jugar en el celular o en el computador, hacer oficio y algunos, tareas.

En la siguiente gráfica se encontrará los porcentajes que evidencian el manejo de las TIC que tienen los estudiantes del curso.

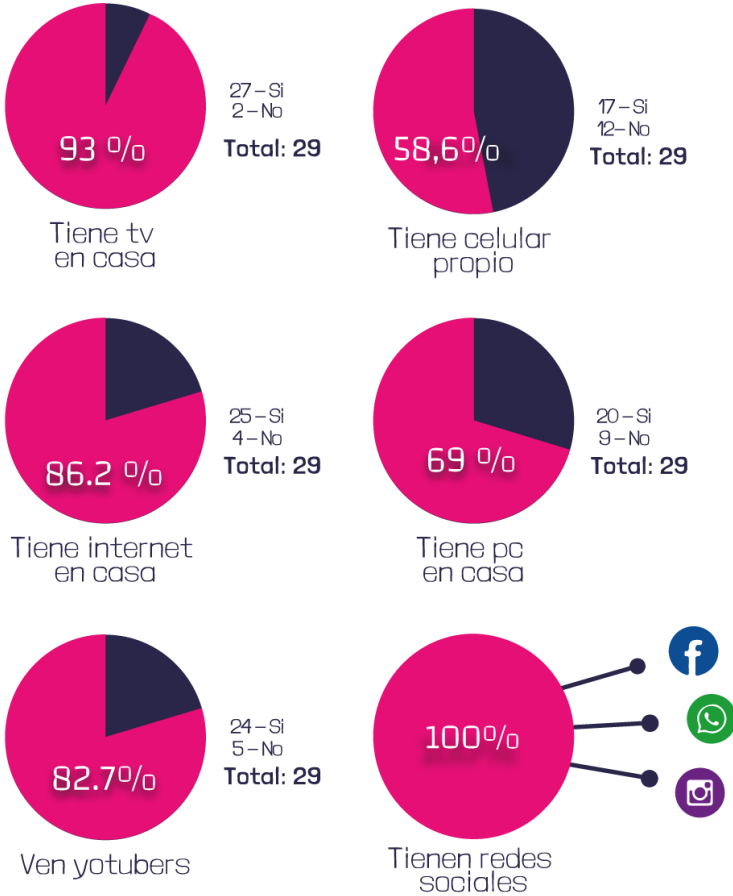


Figura 14. Resultados de la encuesta demográfica con relación al dominio de las TIC de los estudiantes del curso 702 del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los estudiantes tiene televisor en la casa y lo usan; más de la mitad tiene celular propio; la gran mayoría tiene internet en la casa; más de la mitad cuenta con un computador; la gran mayoría ven youtubers y todos tienen redes sociales, y la que más usan es Facebook.

(Anexo 8)

3.3.2.3 Herramienta Point of view (POV)

Tabla 2. Información de la herramienta Point of View

USUARIO	NECESIDAD	PPORQUE	PROPUESTA
Adolescentes de 12 y 13 años, estudiantes de colegio público de Bogotá	1. Alejarse de sus padres y buscar aceptación, pertenencia y atención en sus amigos, “Hacer parte de”.	Están construyendo su independencia para la vida adulta, por lo que llevan la contraria a sus padres para diferenciarse. Es un cambio difícil y sus amigos están viviendo lo mismo, así que se entienden y por ello se agrupan.	El uso de la psicología inversa y un lenguaje irónico.

	<p>2. Experimentar cosas nuevas para desarrollar su propio criterio, poniendo a prueba los conocimientos que les han sido dados.</p>	<p>Quieren ser capaces de llegar a sus propias conclusiones a partir de los conocimientos adquiridos y comprobados por ellos mismos.</p>	<p>Ofrecerles la oportunidad de comprobar sus ideas.</p>
	<p>3. Ponerse a prueba para demostrarse a sí mismos, que son capaces de enfrentar la vida: de conseguir pareja, de hacer cosas de grandes, etc.</p>	<p>Al ser un tránsito en el cual el objetivo es convertirse en adultos, esto les permite demostrarse que si pueden superar desafíos.</p>	<p>El planteamiento de un reto.</p>
	<p>4. Parecer desinteresados o demostrar que lo saben todo “actitud de sobrades”</p>	<p>Es una etapa de desestabilidad y esto genera inseguridad, es como una actitud defensiva.</p>	<p>Dar espacio para que digan lo que piensan sin ser juzgados (generar confianza).</p>

Fuente: *Elaboración propia con base en la plantilla “Point of view” tomada de ThinkersO, a partir de resultados de la investigación, 2018 - 2019; Rosado, 2016.*

Con la anterior herramienta, POV (*Point of View*), se realiza un análisis más profundo de las necesidades del usuario.

Usuario: se desenvuelve en un contexto con diversas problemáticas de gran peso social, como el consumo de drogas, familias con bajos recursos económicos, madres trabajadoras sexuales, baja presencia de padres en las vidas de los chicos, pandillas, etc.

Lo anterior conlleva a la creación de estereotipos e imaginarios que se traspasan de generación a generación, y que por las condiciones de un adolescente pueden ser peligrosos; como, por ejemplo: “una persona juiciosa no es atractiva”; “un hombre o una mujer que no sean osados no son atractivos”; y, finalmente, “que las personas que consumen drogas son capaces de DESAFIAR LA AUTORIDAD”.

Este último aspecto es bastante atractivo para los adolescentes, pues el “desafío a la autoridad” es uno de los grandes medios para alcanzar los objetivos de esta etapa de la vida. Inconscientemente, el chico percibe que su forma de ser, se ha construido gracias a las direcciones de sus padres, así que lleva la contraria porque tiene que ser diferente, así, si los adultos le dicen que no consuma, la lógica —en su subconsciente— será hacerlo.

(Anexo 9)

3.4 Desarrollo y análisis Etapa Definir

3.4.1 Charla con Santiago Pérez

Esta conversación se llevó a cabo con el objetivo de definir la forma en la que se hizo el primer acercamiento con los estudiantes para hacer el cuestionamiento sobre SPA.

Con él se identificó que para que los muchachos pudieran dar su opinión sin ser señalados por sus compañeros debían hacerlo de forma individual y no en público; también, que su mayor miedo es que sus papás se enteren de lo que realmente piensan de las drogas. Igualmente, aconsejó que la mejor manera de ganarse su confianza, es no juzgarlos y tener disponibilidad de escucha, dándole importancia a lo que ellos quieren decir, y así se tengan los conocimientos, respetar sus ideas (S. Pérez, comunicación personal, 10 de abril de 2019).

(Anexo 10)

3.4.2 Encuesta de conocimientos previos

¿QUÉ SABEN?
de las sustancias psicoactivas

¿QUÉ OPINAN?
de las sustancias psicoactivas

¿QUÉ SIENTEN?
cuando hablan del tema

Figura 15. Preguntas realizadas en la encuesta de conocimientos previos.

Fuente: Elaboración propia.

Con el objetivo de realizar un sondeo sobre la percepción que tenían los estudiantes sobre las SPA y dado que entre ellos existe una fuerte presencia de bullying, se realizó una encuesta, para que pudieran plasmar sus respuestas a las preguntas encontradas anteriormente, evitando su exposición a la opinión de sus compañeros.

Para conseguir que fueran sinceros, uno a uno se les aclaró que podían responder con completa transparencia, ya que ni padres ni profesores verían las respuestas que allí se escribieran, resaltando que no debían poner el nombre.

Como hallazgo inesperado en este testeo, se identifica que cuando el curso completo recibe un mensaje, este es captado únicamente por unos pocos, pues al ser tantos se distraen con

facilidad, en cambio, cuando se dirige a un grupo reducido, les es más fácil concentrarse.

Las respuestas fueron las siguientes:

¿QUÉ SABEN? de las sustancias psicoactivas

En términos generales se sabe que son químicos que al ser introducidos en el organismo por cualquier vía de administración generan alteraciones en el cuerpo y la mente; estas a su vez provocan alucinaciones, placer y relajación, que ayudan a olvidar los problemas y gustan a quien consume; sin embargo, provocan daños en el cuerpo y generan adicciones que pueden desencadenarse en una vida en la calle y cuando el sujeto quiera salir debe someterse a una terapia intensa.

¿QUÉ OPINAN? de las sustancias psicoactivas

Con las respuestas a esta pregunta se identifican tres posiciones:

- h) Están quienes opinan que son demasiado malas para el cuerpo ya que traen consecuencias como el cáncer o la vida en la calle, que no se deberían vender porque hacen mucho daño a la humanidad.
- i) En segundo lugar, quienes opinan que las personas que

consumen son débiles de mente y no tienen fortaleza mental, que no saben lo que hacen.

- j) Y finalmente, quienes creen que sustancias como la marihuana son mal utilizadas, porque al ser medicinales pueden tener beneficios para la salud.

¿QUÉ SIENTEN?

cuando hablan del tema

En esta pregunta las respuestas estuvieron más divididas:

- k) Por un lado, varios opinan que ya es un tema normal, no sienten nada raro cuando se habla de eso y no menosprecian al que consume.
- l) Por otro, opinan que es un tema normal, pero consideran tonto que sus amigos lo hagan y simplemente no participan de la conversación, o consideran que son estúpidos quienes lo hacen.
- m) Quienes hablan del tema, tienen una experiencia de vida que los impulsa a contarla.
- n) Están quienes se sienten muy incómodos cuando hablan del tema porque consideran que está mal y sienten que les pueden ofrecer droga.
- o) También hay algunos a quienes les interesa que hablen del tema para informarse y aprender cómo alejarse de las drogas.
- p) Uno que siente intriga de las sensaciones que pueden generar y otros que se sienten bien y mal a la vez cuando se habla del tema.

- q) Y uno que ya está cansado de que hablen de drogas porque ya sabe que son malas para el cuerpo y le fastidia el tema.

(Anexo 11)

3.5 Desarrollo y análisis Etapa Idear

En un primer momento de la etapa idear, gracias al desarrollo de las etapas anteriores de recolección de información relacionada con las necesidades y motivaciones del usuario, se llega a una hipótesis de producto inicial.

Luego del análisis de la conversación que se ha hecho con el psicólogo Santiago Pérez, se aterriza en que el objetivo principal de los adolescentes es “demostrar que son capaces”; por ello, el ofrecimiento de SPA se toma como un RETO a partir del cual ellos ponen en juego la aceptación, atención y pertenencia que le brindan sus compañeros, los mismos que le están ofreciendo la droga. De este modo, se ponen en juego dos grandes temas que quedan en manos del adolescente que atraviesa una serie de emociones incómodas, la decisión de consumir o no hacerlo.

Asimismo, se hace un estudio básico para reconocer los espacios en donde se les podría hablar del tema a los estudiantes, y fortalecerlo mediante el diseño; sin embargo, se encuentra la sorpresa de que actualmente no existe en el colegio, de modo que se propone diseñar una experiencia que reviva ese momento del RETO (emociones incómodas) con el fin de que ellos sepan a lo que se están enfrentando. Para esto, se hace un primer prototipo para pensar.

Sin embargo, al plantearles a los usuarios una actividad en la que tuvieran que desplazarse por varios lugares, demostraron poco interés. Por lo cual, posteriormente se realiza una lluvia de ideas con los líderes del salón. Esto se evidencia en los ítems presenta

3.6 Desarrollo y análisis Etapa Prototipar y Testear

3.6.1 Prototipo para pensar

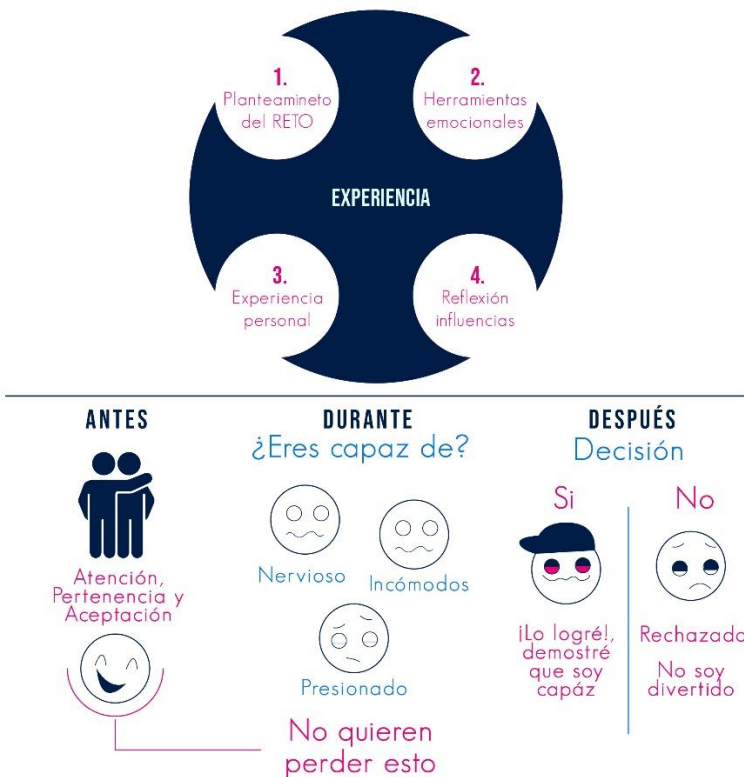


Figura 16. Esquema básico de la primera experiencia propuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Este esquema hecho a mano es la materialización de una primera idea de la experiencia, en la que se identifican cuatro momentos clave:

- a) El planteamiento del RETO, por medio de un audiovisual titulado “Consumir drogas es una chimba” en el que se le presenta al adolescente una situación cotidiana, esto es, que una tarde con sus amigos, alguno de ellos le ofrece consumir droga y se finaliza con un cuestionamiento: ¿Eres capaz de comprobar si las drogas son una chimba? y se deja una tarjeta pista con lo siguiente:
“En las calles lo verás sin un rumbo caminar,
Super cool con su costal, su historia te contará”.
- b) En un segundo momento con ayuda de diferentes elementos se lleva a los adolescentes hacia un experto en el consumo que ya ha vivido las diferentes etapas, quien les hablará desde su experiencia. Se culmina con una tarjeta pista que diga “Un experto encontrarás, en donde más te gusta estar”.
- c) Para ellos, los expertos son sus amigos, así que, con el fin de generar un ambiente agradable para ellos, un psicólogo experto en adolescentes y SPA se ubicará en el lugar del colegio donde más les gusta estar a los estudiantes, es decir, el patio de descanso, en este punto podrán hacer diferentes preguntas que tengan para resolver sus dudas, lo pueden hacer de forma escrita o preguntando directamente.

- d) En el último momento, se identificarán las influencias del salón. Estas personas culminarán con un mensaje de empoderamiento y apoyo, para que entre ellos mismos se cree un lazo solidario.

3.7 Resultados de los testeos

3.7.1 Primer testeo

3.7.1.1 Prototipo para empatizar



Figura 17. Fotografía de sesión de grupo hombres - audiovisuales.

Fuente: Elaboración propia.

El primer testeo busca primeramente la elección de los colores que más captan la atención del usuario, ganando la combinación de

rosado con azul ver las imágenes Anexo 12.



Figura 18. Fotografía sesión de grupo mujeres – comic y videojuego.

Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, se tienen dos variables de medición para el producto a elegir, recordación y atención. Se presentan tres tipos de medios de difusión de la información, el audiovisual, el comic y los videojuegos; la selección de dichos medios se hace con base en los resultados del trabajo de campo, en el que se identifica que en su mayoría ven youtubers, series o televisión, suelen jugar videojuegos y suelen tener las manos ocupadas.

Con respecto al audiovisual se les presentan tres tipos: un corto animado, un fil minuto y un video musical. Del cómic se les invita a leer un fragmento y el videojuego es de celular.

3.7.1.2 Evidencias (Percepción del usuario)



Figura 19. Fotografía, conclusiones de los audiovisuales.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 20. Fotografía, conclusiones del comic y el videojuego.

Fuente: Elaboración propia.

Las conclusiones de este testeo son las siguientes:

- a) El medio que mejor cumple con las variables es el cortometraje animado, pues capta su atención y el mensaje tiene mayor recordación.
- b) El cómic fue de interés para unos pocos y confuso para la mayoría.
- c) Los videojuegos captan su atención, pero no son muy fuertes al transmitir el mensaje.
- d) Se identifica que la ironía es llamativa para ellos, pues uno de los títulos de los audiovisuales era “El amor no existe” y al finalizar la actividad fue el primer título nombrado.
- f) Las niñas son mucho más reflexivas que los hombres.
- g) Se considera que el testeo se hizo de forma apresurada; sin embargo, se hicieron hallazgos importantes y se entiende que el surgimiento de la hipótesis de un producto tiene un proceso y son resultados que se van dando, no hay que forzarlo.

(Anexo 13)

3.7.2 Segundo testeo

3.7.2.1 Focus Group – *lluvia de ideas*

Teniendo en cuenta la fuerte influencia que se da entre los usuarios y su entorno en el colegio, se seleccionan cinco estudiantes que hacen el papel de líderes para la realización de una co-creación, en donde se pretende que surjan ideas que se alejen de los métodos

convencionales, de modo que, permitan una mayor empatía con el usuario, por medio de una comunicación más acorde con su edad, sus necesidades y sus motivaciones.

Para la ejecución de la actividad (se debe hacer captura de audio y video), se utilizarán las siguientes herramientas en orden cronológico:

– **Primera actividad - Safari**



Figura 21. a) Fotografía - Safari.

Fuente: Elaboración propia.

En esta primera parte se hizo un juego de roles en donde se eligieron diferentes papeles dentro de los cuales se incluyeron el “consumidor de drogas”, “el nerd” y “un amigo cercano”, los demás tenían un peso significativo igual o menor al consumidor, para que la atención no se centrara únicamente en este personaje y tampoco se perdiera. Estos

nombres se escribieron en papeles que los integrantes se pusieron en la frente, una vez hecho esto, comenzaron a caminar en un espacio pequeño, lo que permitió que se encontraran de frente y cuando esto ocurrió, trataron a su compañero como el personaje del papel que llevaban en su frente, a la persona que tuvo el de mejor amigo, se le pidió que, al hacer un determinado sonido, comenzara a ofrecerle droga a los demás.



Figura 22. b) Fotografía - Safari.

Fuente: Elaboración propia.

Safari: Con esta herramienta se hizo un análisis de lo sucedido en la esta actividad.

– **Segunda actividad – Metáfora del problema**



Figura 23. Fotografía – Metáfora del problema.

Fuente: Elaboración propia.

Una vez finalizado el juego de roles, sentados en círculo, se hizo una conclusión de la enseñanza que dejó la actividad, seguida de una identificación de los roles “Consumidor de drogas” y “Nerd” para reconocer los imaginarios que los chicos tenían de ellos, una vez finalizada la reflexión, se les invitó a recordar el momento en el que el personaje que tenía el papel de “un amigo cercano” les ofreció la droga, con el objetivo de traer a su mente el momento en el que realmente experimentaron este suceso.

Metáfora del problema: Una vez hecho lo anterior, se les pidió que compararan los sentimientos que surgen cuando les ofrecen

drogas con otro momento que les genere las mismas emociones.

– **Tercera actividad - *What if***



Figura 24. Fotografía – What if.

Fuente: Elaboración propia.

En este punto, se les pidió a los estudiantes que recordaran y escribieran en el papel, las actividades en las que el colegio los ha hecho participar y consideran como “cliché” (explicándoles a quienes no lo sepan, lo que significa esta palabra), de las cuales consideran que no funcionan; seguido de una lluvia de ideas, que responda a métodos que les llamaría la atención y de los cuales les gustaría participar.

3.7.2.2 Evidencias (Percepción del usuario)



Figura 25. a) conclusiones.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones del testeo:

a) Safari:

- Esta es una excelente actividad para que los adolescentes entren en ambiente, ya que, al ser divertida, a la vez que maneja temas fuertes, permite que se sientan más cómodos para hablar de ellos.
- Como se creía, reconocen las cualidades de una persona nerd, pero no se identifican con ella, pues consideran que no incluye su vida social entre sus prioridades.
- Al consumidor de sustancias psicoactivas, lo definen como una persona que busca su felicidad en algo que le hace daño,

que se deja llevar por la curiosidad y el qué dirán.

b) *Metáfora del problema:*

Fue difícil para ellos asociar los sentimientos de la situación en que les ofrecen droga con otra, sin embargo, comparten la forma en la que se sienten cuando esto sucede:

- Dicen que se sienten incómodos, inseguros, con miedo, raros por no saber qué responder o hacer, por temor a lo que el expendedor pueda decir o hacer.
- En otros casos, ya lo han vivido tantas veces que lo consideran normal, como el ofrecimiento de un dulce, dice una de las estudiantes “si yo quiero digo que sí, y si no, pues que no”.
- También sienten curiosidad, pero existe el miedo de que al probar las drogas les quede gustando.

Los adolescentes deben contar con las herramientas necesarias para tener una postura clara, creada por ellos mismos a partir de los conocimientos brindados, a la hora de ser tentados a consumir droga.

c) *What if:*

- A pesar de que se contaba con ambiente en el cual los integrantes estaban siendo sinceros, hubo que buscar diferentes maneras con las cuales pudieran expresarse.
- Los clichés identificados por los adolescentes, más que actividades en sí, es la frase “No consumas drogas”, pues expresan que están cansados de que siempre les digan lo mismo, ya que, según ellos, ya saben lo que deben hacer

y lo que no.

- Como propuesta para la prevención, surgen la invitación al desarrollo sus habilidades y pasiones, además, de la presentación de testimonios de personas que han vivido el consumo.

(Anexo 14)

3.7.3 Tercer testeo

3.7.3.1 Focus Group – Estilo gráfico



Figura 26. Retrato Kelly Salazar #1.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 27. Retrato Kelly Salazar #2.

Fuente: Elaboración propia.

En este testeo se presentan los dos estilos gráficos (Figura 26. Y Figura 27.), basados en el arte que se maneja en los videos de los youtubers y programas de televisión que consume el usuario.

A modo de enriquecimiento proveniente de la forma de dibujar de los integrantes del grupo, se les pide realizar a lápiz el retrato de su compañero, a continuación, se podrán ver los resultados.

3.7.3.2 Evidencias (Percepción del usuario)



Figura 28. Fotografía de los dibujantes.

Fuente: Elaboración propia.

En esta imagen se puede apreciar el proceso de dibujo que se realizó con ocho estudiantes del curso 702, estudio de caso.

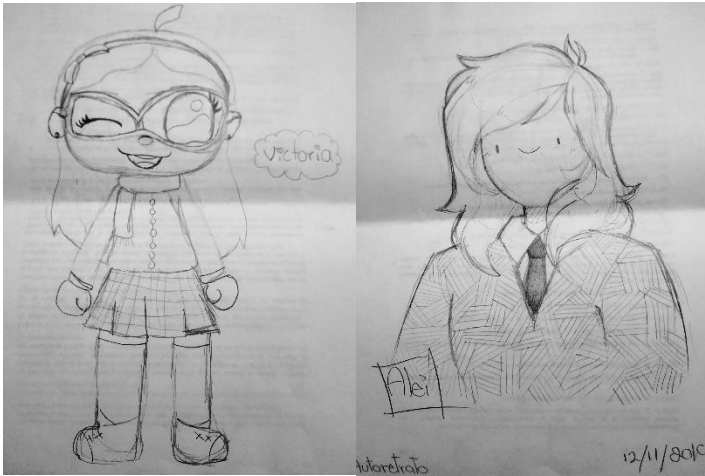


Figura 29. Ilustraciones hechas por los estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones:

- a) Se hace la elección de la Figura 26. como estilo gráfico. Sin embargo, es importante resaltar que las votaciones tuvieron un voto de diferencia, por lo cual se hace la combinación entre ambos estilos.
- b) Las ilustraciones creadas por ellos, se tomarán en cuenta para la mejora del audiovisual.

(Anexo 15)

3.7.4 Cuarto testeo

3.7.4.1 Entrevista a Ronald Cifuentes, exconsumidor

Ronald Cifuentes duró aproximadamente veinte seis años en el consumo, y hasta el momento en el que se le hizo la entrevista llevaba un año y seis meses sin drogas en el cuerpo. Su testimonio inicia a los 12 años de edad, con el cigarrillo, seguido del alcohol, la marihuana y demás sustancias.

Durante sus años de consumo y de vida en la calle tuvo que enfrentar situaciones fuera de lo normal, como afectaciones físicas a causa de golpes por el consumo o riñas. En su tiempo de rehabilitación sufrió el asesinato de su sobrino, quien también consumía drogas.

Reconoce que la razón por la cual al iniciar en el consumo no pudo salir, fue su bajo autoconocimiento y aceptación, pues era un joven muy tímido a quien le costaba expresarse y relacionarse, y al ver a quienes consumían hablando a la perfección, vio en la droga la solución a sus problemas.

Al iniciarse en el consumo, tenía la plena certeza de poder controlarlo, pues sus metas eran llevar una vida normal al tiempo que se drogaba. Finalmente, con el tiempo, se dio cuenta que “no era él quien consumía drogas, si no las drogas las que lo consumieron a él”. (R. Cifuentes, comunicación personal, 8 de noviembre de 2019). (Anexo 16)

3.7.4.2 Evidencias (Percepción del usuario)

Gracias a la entrevista realizada a Ronald Cifuentes, se confirma que la prevención del consumo de sustancias psicoactivas, debe estar fortalecida desde tres fuentes: El manejo de la temática con los estudiantes, el desarrollo de habilidades emocionales y el de habilidades ocupacionales.

Santiago Pérez, quien estuvo presente durante la entrevista considera que son frentes importantes y de influencia sobre el consumo, incluso asocia y sustenta la propuesta dada con la Teoría Waldorf, dice que toda acción debe estar fundamentada desde el pensar (testimonios), el sentir (desarrollo de habilidades emocionales) y el hacer (desarrollo de habilidades ocupacionales).

3.7.5 Quinto testeo

3.7.5.1 Focus Group – Nombre del proyecto



Figura 30. Focus Group – Nombre del proyecto
Fuente: Elaboración propia.

Con la ayuda de tres estudiantes de 12 años de séptimo grado, se hace una lluvia de ideas para la creación de un nombre para el proyecto.

3.7.5.2 Evidencias (Percepción del usuario)

Surgen las siguientes ideas:

- a) Sigue tu pasión sin adicción.
- b) Soñando el futuro.
- c) Aquí, todos decidimos.
- d) No a la droga, sí al futuro.
- e) Piensa en grande sin las drogas.
- f) La diversión no está en las drogas.
- g) Las drogas, no son lo único que existe.
- h) No dañes tu futuro por divertirse 5 minutos.

Pero no lograban capturar la esencia que se esperaba y por lo contrario, seguían usando la palabra NO, que tanto reniegan los mismos estudiantes; de modo que se les preguntó si conocían lo que era la psicología inversa, y una de ellas dijo, “Sí, mi mamá me la aplica todo el tiempo, por ejemplo diciéndome, eso, no haga oficio” “a mí me encanta”, y se les pidió que comenzaran a pensar en ideas que la incluyeran. Esto fue lo que surgió:

- a) Yo lo hago para relajarme.
- b) #Di que sí a las drogas.

Tomando en cuenta las ideas anteriores, la esencia del proyecto al querer retar a los adolescentes y con la ayuda de los siguientes esbozos sobre el nombre:

- a) ComPruébaló ¿relajan tu vida?
- b) ¡ComPruébaló tú! ¿son buenas o malas?
- c) Será verdad qué, ¿relajan tu vida?

Se toma la palabra “compruébaló” y se hace una siguiente lluvia de ideas buscando otra que significa “RETO”, de la cual se encuentra “Atrévete”.

Finalmente, se selecciona el nombre “Atrévete y compruébaló”, con base en los resultados de la investigación; ya que se identifica que es necesario el uso de la psicología inversa por las necesidades y motivaciones de esta población, pues están buscando experimentar cosas nuevas para el desarrollo de su propio criterio, constantemente están en un reto en su vida, por ello el "Atrévete", y el "Compruébaló" surge para generar credibilidad en el adolescente, pues es necesario dar la posibilidad de que sean ellos mismos quienes lleguen a la conclusión, a través de la experiencia que se les brinda (la presentación de testimonios de personas que han consumido); de hecho, uno de los chicos nos lo confirmó en una sesión de *Focus Group*, diciéndonos "Es como si ellos no conocieran la psicología inversa, entre más nos digan que no, más lo vamos a querer hacer" y varios de ellos dijeron que era muy repetitivo y

aburridor que siempre les dijeran lo mismo; por esta razón se eligió el nombre, y es importante resaltar, que la invitación de atreverse y comprobarlo es para entrar a la experiencia diseñada. Igualmente, al finalizar la sesión, se les entrega un llavero en el que dice: Atrévete a soñar, a amar y a crear tu futuro, para que ése sea el recuerdo final. (Anexo 17)

3.7.6 Sexto y último testeo

3.7.6.1 Aplicación del producto – 25 de noviembre del 2019



Figura 31. Construcción de la estructura del cine
Fuente: Elaboración propia.



*Figura 32. Construcción de la estructura del cine
Fuente: Elaboración propia.*

La explicación del desarrollo del testeo se hizo anteriormente en la hipótesis de producto, a continuación, se podrán leer las conclusiones encontradas.



*Figura 33. Construcción de la estructura del cine
Fuente: Elaboración propia.*



*Figura 34. Construcción de la estructura del cine
Fuente: Elaboración propia.*

3.7.6.2 Evidencias (Percepción del usuario)



*Figura 35. Construcción de la estructura del cine
Fuente: Elaboración propia.*

Conclusiones:

- a) El planteamiento de un cine en el patio de descanso donde los estudiantes están acostumbrados a ver sillas y mesas, genera en ellos interés, y esto se ve reforzado en el momento en el que se les hace entrega de un boleto de entrada, dándoles exclusividad.
- b) Tener en frente a la persona rehabilitada del consumo, que acaba de dar su testimonio en el audiovisual, genera impacto en el usuario.
- c) El audiovisual debe ser más claro y dinámico en su contenido y gráfica.
- d) El uso de argumentos científicos, también despierta el interés de los adolescentes, se evidenciaba cuando al mencionarlos levantaban su mirada atenta, pues se les está hablando desde los resultados de estudios reales, que ellos pueden rectificar, si así lo quieren.

- e) El testeo tuvo participantes entre los 11 y 14 años, de lo cual se infiere que el grupo focal se debe dirigirse a adolescentes desde los 12 años hasta los 14 máximo que estén en séptimo grado.
- f) La entrega del llavero, al final, en donde se resalta las acciones a las que se invita a atreverse, genera una sonrisa en sus rostros.

(Anexo 18)

3.8 Prestaciones del producto

El producto es una experiencia que combina elementos digitales y análogos, y que revive el momento en el cual los estudiantes son retados al consumo. Por ello, despierta emociones incómodas que finalmente son apaciguadas con emociones de comprensión y tranquilidad, y con reflexión.

3.8.1 Aspectos morfológicos

Maneja imágenes y personajes caricaturescos con colores fuertes y brillantes, formas orgánicas y pesadas.

La caja del cine tiene 2,6 m de ancho, 1,8 m de alto y 2.6 m de profundidad; en la cara delantera, se cubre con una cortina, que posibilita la entrada.

3.8.2 Aspectos técnico-funcionales

La experiencia debe poderse aplicar anualmente a los estudiantes de los cursos mencionados, esto implica una permanencia en la

institución y que una vez puesta debe funcionar sin la presencia de profesores ni padres.

3.8.3 Aspectos de usabilidad

En primera instancia es entendible para la persona que lo vaya a disponer para el uso de los estudiantes y en segunda instancia tendrá que ser intuitiva para que los chicos se puedan desenvolver fácilmente.

Capítulo 4. Conclusiones

Atrévete y Compruébalo trata una problemática importante, que por su misma complejidad exige una estrategia robusta; a continuación, se explicarán los resultados obtenidos en esta primera etapa de la investigación, incluyendo la estrategia de mercado. Por consiguiente, se encontrarán las propuestas para las futuras líneas de investigación.

4.1 Conclusiones

En relación al primer y segundo objetivo específico, en los cuales se empatizó tanto con la problemática del consumo en la adolescencia, como en la definición del comportamiento del usuario, se concluye que:

El consumo de SPA en los estudiantes de los colegios públicos de Bogotá, es latente, incluso en edades tempranas, a pesar de que a simple vista no sea tan evidente. Es un tema que genera emociones variadas en los adolescentes, como inseguridad, incomodidad, molestia y curiosidad, sin embargo, para otros hablar sobre droga es normal.

La adolescencia es un periodo de la vida de suma importancia, ya que los aprendizajes de los procesos vividos en ella, que están encaminados hacia la búsqueda de independencia y libertad, forjarán la vida adulta. Dichos procesos involucran la experimentación como medio para comprobar las ideas y conocimientos que los padres dieron a sus hijos en la infancia, además, de permitirles demostrar su capacidad de enfrentarse a diferentes situaciones.

Dentro de las situaciones a experimentar, está el uso de SPA, que significa un gran reto para el adolescente, pues además de poner en juego su valentía, también se ven involucradas tres de las necesidades más importantes del joven que suplen sus amigos, la atención, la aceptación y la pertenencia al grupo; esto lo expone a una situación de presión, en la cual, en muchas ocasiones, carece de las herramientas necesarias (de las cuales se hablará más adelante) para tener una postura crítica.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se crean imaginarios que desvirtúan a una persona juiciosa, responsable y aplicada, encasillándola como aburrida o no atractiva, lo contrario sucede con quienes son osados, pues al desafiar la autoridad generan un gran atractivo para los adolescentes.

A partir de este momento se da respuesta al tercer objetivo específico, la determinación de una propuesta acorde a las necesidades y motivaciones del usuario, que surge, del trabajo de campo y las entrevistas a expertos.

Por la complejidad implícita en las adversidades de la prevención del consumo de droga, esta debe responder con una estrategia de alto nivel; por lo cual se encuentra necesario hacer frente desde tres enfoques que brindarán las mencionadas herramientas; el primero, desarrollado en la presente etapa del proyecto, es la conversación sobre el uso de SPA con los adolescentes, a través del diseño de una experiencia que incluye, medios audiovisuales, presencia de verdaderos expertos en el tema y un ambiente propicio para brindarles comodidad y confianza. Los otros dos, serán explicados en

las consideraciones.

A continuación, se explicarán las conclusiones encontradas para y del primer enfoque, que se aplican y surgen del testeo final:

Se identifica que el elemento esencial que debe tener el lenguaje dirigido al usuario, es la Psicología Inversa, por la tendencia del mismo a hacer lo contrario de lo que le dicen los mayores; esto es reconocido incluso por los mismos estudiantes quienes hablan de esta técnica como, útil y llamativa, pues están cansados de que les digan “lo que no deben hacer”.

Adicionalmente, se encuentra que, al diseñar un ambiente íntimo, alejado de padres y profesores, de escucha y respeto recíproco y de elementos cercanos y llamativos para el joven, se genera interés y soltura en ellos, como se evidencia en los rostros de concentración y en el diálogo que ellos mismos dirigen (Anexo 18).

Finalmente, se concluye que el diseño de una experiencia que incluya los elementos ya mencionados, si genera un impacto en los adolescentes, lo que se puede convertir en aprendizaje significativo.

4.2 Estrategia de mercado

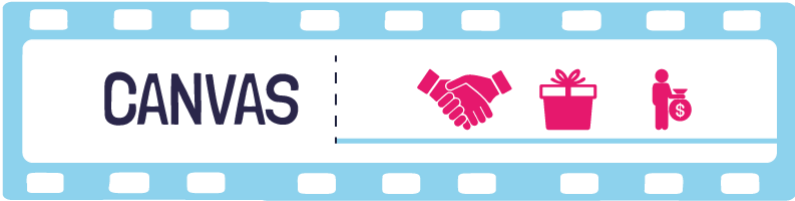


Figura 36. Estrategia de mercado Canvas.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.1 Segmentos de cliente

Entidades sin ánimo de lucro: Acción Técnica Social.

Distrito: Secretaría Distrital de Salud y Secretaría Distrital de Educación.

Usuarios indirectos: Colegios públicos (profesores y directivos).

Usuarios directos: Adolescentes de séptimo grado entre los 12 y 13 años.

4.2.2 Propuesta de valor

Disminución del daño generado por el contacto que tienen los adolescentes con las sustancias psicoactivas, brindando un espacio ameno y diseñado especialmente para que los adolescentes se sientan cómodos conversando y aprendiendo sobre la incidencia de las SPA en la vida.

4.1.1 Canales

- a) Conocimiento: Concursos de financiación, página web informativa y redes sociales.
- b) Convencimiento: Resultados obtenidos con el proyecto, publicados en la página web y correos electrónicos.
- c) Compra: Formulario en web y vía celular. Consignación bancaria mensualmente.
- d) Distribución: Estudio de colegios (a partir de los resultados publicados por el gobierno), contratación del equipo de trabajo y aplicación del proyecto (trabajo de campo).
- e) Retroalimentación: Reuniones (presenciales o virtuales), correos electrónicos y publicación de resultados.

4.1.2 Relaciones con los clientes

- a) Respeto por el trabajo que ellos han realizado anteriormente.
- b) Presentación de resultados de forma clara y concreta del proyecto antes, durante y después de ser contratados por el cliente.
- c) Evidencia organizada del proceso de implementación del proyecto.

4.1.3 Fuentes de ingresos

- a) Financiación de organizaciones gubernamentales.
- b) Alianzas.
- c) Inversores.
- d) Donaciones.

4.1.4 Actividades clave

- a) Constante estudio del usuario y sus cambios con el paso del tiempo.
- b) Estudio de posibles nuevas estrategias.
- c) Recolección de resultados.
- d) Manejo de las redes sociales y la web, para refrescar la información.

4.1.5 Recursos clave

- a) Recursos humanos:
 - Investigadores
 - Psicólogos
 - Diseñadores (gráficos e industriales)
 - Programadores
 - Expertos en *neuromarketing*
 - Publicistas
 - Contadores
 - Abogados
 - Personas del aseo
- b) Recursos físicos:
 - Oficina de trabajo
 - Computadores
 - Internet
 - Impresora y fotocopidora
 - Implementos de aseo y cocina

4.1.6 Socios clave

- a) Policía de infancia y adolescencia: quienes pueden ofrecer recursos económicos a la par que se brinda apoyo para la disminución del consumo.
- b) SENA – Tecno parque: con recursos técnicos como profesionales.
- c) ACICOM: Investigadores dispuestos a trabajar a cambio de experiencia.

4.2.9 Estructura de costes

a) Inversión inicial:

- Mobiliario: \$15.000.000
- Pago nómina: \$30.000.000
- Pago oficina y servicios: \$3.000.000
- Pago recursos de implementación: \$1.000.000
- Pago medios publicitarios: \$2.500.000
- Pago papeleos: \$1.000.000
- Mantenimientos: \$500.000
- Imprevistos: \$1.000.000

TOTAL, AÑO: \$54.000.000.

4.3 Consideraciones

Retomando lo expuesto en las conclusiones, en correspondencia con los enfoques, a continuación, se describen los dos restantes. El primero de ellos, es el desarrollo de habilidades emocionales, pues una de las principales causas del consumo es la incapacidad para el manejo de las emociones desagradables; y el segundo, es el desarrollo de habilidades ocupacionales, para que los estudiantes centren su atención y su tiempo practicando lo que les apasiona.

Por otra parte, se evidencia que el audiovisual es atractivo para el grupo, sin embargo, el guion planteado generó confusión en el hilo de las historias; en relación a la gráfica, capta su atención, pero la animación es un poco estática. En consecuencia, se proyecta la creación del mismo, con un mayor equipo de trabajo y técnicas más avanzadas, para obtener un producto de alta gama.

A su vez, el diseño de la estructura debe tener en cuenta aspectos funcionales, como el aislamiento del sonido, para que ni entre ni salga; de igual forma, cuando se cierre, no entrará luz externa, y tendrá iluminación interna para la sesión de la charla. Se espera practicidad en su construcción y forma de transportar.

Referencias bibliográficas

- Acción Técnica Social. (2015). *Cambiando el foco*. Obtenido de <https://www.corporacion-ats.com/pdf/Cambiando%20el%20foco.pdf>
- Acción Técnica Social. (7 de Marzo de 2015). *Tunjuelito la tiene clara con las drogas*. Obtenido de <https://www.corporacion-ats.com/tunjuelito-la-tiene-clara-con-las-drogas/>
- Acero, G., Talman, A., & Vergara, A. (14 de Noviembre de 2007). *Relación entre hábitos de salud, consumo de internet y rendimiento académico en adolescentes de un colegio de la ciudad de Bogotá*. Obtenido de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/41102.pdf>
- Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Salud. (6 de Noviembre de 2013). *Decreto 507. Por el cual se modifica la Estructura Organizacional de la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá*. Obtenido de http://www.saludcapital.gov.co/Documents/Decreto_507%20Estructura%20SDS.pdf
- Alvarado, J. S. (2017). *Factores que influyen en la creación y utilización de la jerga adolescente en tres colegios de la zona de Puntarenas*. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/kan/v41n2/2215-2636-kan-41-02-00183.pdf>
- Arriasecq, I., & Santos, G. (2017). *Nuevas tecnologías de la información como facilitadoras de Aprendizaje significativo*. doi:<http://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2091/10.24215/23468866e030>
- Concejo de Bogotá. (22 de Junio de 2018). *Bogotá presenta alarmantes cifras de consumo de sustancias psicoactivas en la población escolar" Concejo Distrital*. Recuperado el 2016, de Consumo de Drogas en Bogotá y prevención en Instituciones Educativas: <http://concejodebogota.gov.co/bogota-presenta-alarmantes-cifras-de-consumo-de-sustancias-psicoactivas/cbogota/2018-06-22/162807.php>; <http://concejodebogota.gov.co/consumo-de-drogas-en->

- bogota-y-prevencion-en-instituciones-educativas/cbogota/2018-07-28/1556
- Concejo de Bogotá. (28 de Julio de 2018). *Consumo de drogas en Bogotá y prevención en instituciones educativas*. Obtenido de <http://concejodebogota.gov.co/consumo-de-drogas-en-bogota-y-prevencion-en-instituciones-educativas/cbogota/2018-07-28/155645.php>
- Congreso de la República. (8 de Noviembre de 2006). *Ley 1098*. Obtenido de https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1098_2006.htm
- Constitución Política de Colombia. (31 de Enero de 1986). *Ley 30*. Obtenido de <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=2774>
- Dinngo. (s.f.). *Design Thinking*. Obtenido de <http://www.designthinking.es/inicio/index.php>
- Eve Museos e Innovación. (3 de Diciembre de 2018). *Diseño de la experiencia y sus métodos*. Obtenido de <https://evemuseografia.com/2018/12/03/disenio-de-la-experiencia-y-sus-metodos/>
- Fernández, F. (01 de Agosto de 2010). *Los nativos digitales hablan un nuevo lenguaje*. Obtenido de ProQuest: <https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2136/central/docview/734525466/74D6F87F9B5B4BF4PQ/4?accountid=50438>
- Flores, J. C. (Abril de 2014). *La teoría educativa y el constructivismo en la perspectiva de Joseph D. Novack. análisis mediante modelo de conocimiento*. Obtenido de <https://cursa.ihmc.us/rid=1MRMDDL8-1XMDX15-DFJ/La%20teor%C3%ADa%20educativa%20y%20el%20constructivismo%20en%20la%20perspectiva%20de%20Joseph%20D.%20Novak.%20An%C3%A1lisis%20mediante%20modelo%20de%20conocimiento.pdf>
- Galera, J. F. (2019). *¿Por qué tienes que empezar a diseñar experiencias educativas?* Obtenido de <https://escueladeexperiencias.com/por-que-tienes-que-empezar-a-disenar-experiencias-educativas/>
- Gobernación de Casanare. (30 de Agosto de 2015). *Gobernación y Policía fortalecen Programa DARE Para prevenir consumo de*

- drogas*. Obtenido de <https://www.casanare.gov.co/?idcategoria=39633>
- Hernández, M. Á., López, P., & Bautista, V. (Abril de 2015). *La percepción del alumnado de educación secundaria sobre la transmisión de valores a través de las TIC*. Obtenido de <http://revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/view/teoredu2015271169185/13443>
- Joyce, A., & Nielsen, J. (17 de Marzo de 2019). *Teenager's UX: Designing for Teens*. Obtenido de <https://www.nngroup.com/articles/usability-of-websites-for-teenagers/>
- Ministerio de Educación. (7 de Junio de 2018). *Gobierno Nacional hace un llamado para trabajar colectivamente en estrategias de prevención y así reducir el consumo de drogas en niños, niñas y adolescentes*. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-370304.html?_noredirect=1
- Ministerio de Justicia y del Derecho, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Salud y Protección Social, Organización de Estados Americanos, Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas. (2° Semestre de 2016). *Estudio nacional de consumo de SPA en población escolar - Colombia*. Obtenido de https://www.unodc.org/documents/colombia/2018/Junio/CO03142016_estudio_consumo_escolares_2016.pdf
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2011). *Objetivos y funciones*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Ministerio/Paginas/objetivosFunciones.aspx>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (4 de Julio de 2018). *Causas y consecuencias del consumo de sustancias psicoactivas en jóvenes*. Obtenido de http://concejodebogota.gov.co/causas-y-consecuencias-del-consumo-de-sustancias-psicoactivas-en-jovenes/cbogota/2018-07-04/155943.php#_ftn11
- Ministerio de Salud y Protección Social. (16 de Enero de 2019). *Resolución 089*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-089-de-2019.pdf>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones. (27

- de Mayo de 2017). *¿Qué son las TIC?* Obtenido de <http://www.enticconfio.gov.co/que-son-las-tic-significado>
- National Institutes of Health. (Noviembre de 2014). *La ciencia de la adicción*. Obtenido de Las drogas, el cerebro y el comportamiento: https://d14rmgtrwzf5a.cloudfront.net/sites/default/files/soa_s_p_2014.pdf
- National Institutes of Health. (Noviembre de 2014). *Las drogas, el cerebro y el comportamiento: La ciencia de la adicción*. Obtenido de <https://www.drugabuse.gov/es/publicaciones/las-drogas-el-cerebro-y-el-comportamiento-la-ciencia-de-la-adiccion/prefacio>
- National Institutes of Health. (Octubre de 2015). *La biología de la adicción, Las drogas y el alcohol pueden secuestrar su cerebro*. Obtenido de <https://salud.nih.gov/articulo/labiologia-de-la-adiccion/>
- Observatorio de Drogas de Colombia. (2019). *Quiénes somos* . Obtenido de <http://www.odc.gov.co/INICIO/Quiénes-somos>
- Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito - Colombia. (2019). *Mandato UNODC Colombia*. Obtenido de <https://www.unodc.org/colombia/es/mandato.html>
- Organización de Estados Americanos. (18 de Julio de 2014). *Historia del CICAD*. Obtenido de http://www.cicad.oas.org/Main/Template.asp?File=/Main/AboutCICAD/History/History_spa.asp
- Organización Mundial de la Salud. (s.f.). *Adolescent Development*. Obtenido de http://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/development/en/
- Páez, J. I. (Junio de 2016). *Análisis del programa DARE de prevención universal del consumo de sustancias psicoactivas bajo el lente del enfoque integral*. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/626/1/JIA-spa-2016-Analisis_del_programa_DARE_de_prevenccion_universal_de_l_consumo_de_sustancias psicoactivas.pdf
- Papa, Y. (14 de Octubre de 2018). *¿Cómo usar la psicología inversa?* Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/como-usar-la->

- psicología-inversa/
Piaget, J. (11 de Abril de 2003). *Desarrollo cognoscitivo de los adolescentes*. Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/desarrollo-cognoscitivo-de-los-adolescentes-693642.html>
- Policía de Colombia. (26 de Junio de 2009). *Programa DARE por un país libre de drogas - policia de colombia*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=0l2DPMfUFZ8>
- Rego, T. C. (Agosto de 2012). *Efectos de la poda sináptica en la adolescencia, "Un entendimiento neurobiológico hacia la conducta adolescente"*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2019, de http://www.bagochile.cl/pdf/revista_neurociencia/revista_neurociencia17.pdf
- Rivas, J. A., & Grande, I. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico D.F. y Madrid: Alfaomega y ESIC.
- Rosado, Y. (26 de Abril de 2016). *El cerebro de los adolescentes y ¿por qué actúan así? | Yordi Rosado | TEDxCoyoacán*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=a1fdmXLSF-4>
- Sánchez, C. A. (2015). *Los Adolescentes y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)*. Obtenido de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/132633/1/TICPadres.pdf>
- Subred Integrada de Servicios de Salud . (13 de Marzo de 2019). *Piénsalo.Co, Nueva Plataforma De Orientación E Información Para Prevención Del Consumo De Sustancias Psicoactivas*. Obtenido de <http://www.subredsur.gov.co/content/piénsaloco-nueva-plataforma-de-orientación-e-información-para-prevención-del-consumo-de>
- ThinkersO. (2019). *Herramientas*. Obtenido de <https://thinkersco.com/comunidad/herramientas/explorar>
- Universidad Autónoma de Barcelona. (2007). *Master en Paidopsiquiatría*. Obtenido de http://www.paidopsiquiatria.cat/files/teorias_desarrollo_cognitivo_0.pdf

Anexos

Anexo 1. Portafolio Paula Parra

Ver en el CD en Anexos/0.Portafolios/Anexo 1.

Anexo 2. Portafolio Claudia Díaz

Ver en el CD en Anexos/0.Portafolios/Anexo 2.

Anexo 3. Entrevista a David Rincón

Orientador del I.E.D. Gabriel Betancourt Mejía.

Escuchar en el CD en anexos/1.Entrevistas/Anexo 3.

Más pepa, quien no meta

Entrevista

Presentación:

Entrevistadora: Paula Andrea Parra Contreras

Institución: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Programa: Diseño Digital y Multimedia, Octavo Semestre.

ESTRUCTURA DE LA ENTREVISTA

A continuación, se inicia la entrevista duración aproximada 40 minutos.

1. Presentación:
 - Nombre:
 - ¿Qué función cumple en la institución?
 - ¿Dentro de sus funciones debe tratar con los casos de consumo de SPA?
2. Reconocimiento de la problemática:
 - 2.1. ¿Cuánto tiempo lleva en el colegio?

- 2.2. En el tiempo que lleva, ¿Se han presentado casos de consumo de SPA?
 - 2.2.1. En caso de que sí, ¿me puede describir, por favor, ¿cómo han sido?
- 2.3. ¿Cómo se identifica que existe consumo de SPA en los estudiantes del colegio?
- 2.4. ¿Considera que es un problema que consuman?
- 2.5. ¿De acuerdo con las normas de la institución, cuál es el protocolo cuando se identifica quién o quiénes consumen?
3. Estrategias aplicadas:
 - 3.1. ¿En el colegio ha sido necesario aplicar estrategias de prevención?
 - 3.1.1. En caso de que sí, ¿qué se ha hecho?
 - 3.1.1.1. ¿Estas estrategias han funcionado?
 - a. Si la respuesta es sí, ¿qué contribuyó para que así fuera?
 - b. Si la respuesta es no, ¿cuáles fueron las mayores dificultades?
 - 3.1.2. En caso de que no, ¿qué factores contribuyen para que no exista consumo o no sea problemático?
4. Relación institución - padres con los estudiantes:
 - 4.1. ¿Cómo es el diálogo padre, hijos y colegio con lo relacionado a las SPA?
 - 4.2. ¿Cómo valoraría la participación de los padres?
 - 4.3. ¿Qué influencia tiene esta relación en la situación de consumo o no, de los estudiantes?
5. Enfoques:
 - 5.1. ¿Qué ventajas y desventajas tiene la prohibición del consumo de SPA?

6. ¿Ha estado en otras instituciones donde la problemática sea más fuerte?

Anexo 4. Entrevista Santiago Pérez

Psicólogo, excoordinador de la Línea Psicoactiva de la Secretaría Distrital de Salud.

Escuchar en el CD en Anexos/1.Entrevistas/Anexo 4.

Entrevista Semiestructurada a Santiago Pérez, Coordinador de la Línea Psicoactiva de la Secretaría Distrital de Salud

1. Saludo y presentación.
2. Introducción al proyecto de investigación 'Más pepa quien no meta'
3. Conocimiento del profesional:
 - 3.1 ¿Cuál es tu profesión?
 - 3.2 ¿Cuánto tiempo llevas trabajando dentro del área de SPA?
 - 3.3 ¿Además de Piénsalo.co, has trabajado con otros proyectos relacionados con el consumo de SPA?
 - 3.3.1 En caso de que sí, ¿me podrías dar una pequeña descripción de cada uno, por favor?
4. Reconocimiento:
 - 4.1 El rango de edades de los jóvenes a los cuales la página inicialmente pretende dirigirse va de los 12 a los 34 años. ¿Por qué se elige este rango?
 - 4.2 ¿De qué manera los profesionales del chat y de la Línea Psicoactiva se preparan para dirigirse a esta población?
 - 4.3 A modo de resumen, ¿cuáles son las preguntas que se reciben

a través de estos dos medios?

- 4.4 ¿Tienen alguna estrategia para conocer las edades de las personas que realizan la consulta en el chat?
5. Opiniones y sugerencias:
- 5.1 Si para prevenir el consumo de SPA, tuvieras que dirigirte únicamente a una edad dentro del rango que manejan, ¿cuál sería? ¿Por qué?
- 5.2 Según lo que he investigado, la presencia de los padres o acudientes tiene una gran importancia en el trabajo de la prevención del consumo de SPA; a pesar de esto, ¿consideras que una estrategia de prevención enfocada únicamente en los jóvenes puede tener buenos frutos? ¿porqué?
- 5.3 Desde tu conocimiento, ¿cómo sería una buena forma de trabajar con los adolescentes que no tienen sus padres presentes o están inmersos en el mundo de las drogas?
- 5.4 Finalmente, ¿qué consideras importante para tener en cuenta en la realización de un proyecto relacionado con la prevención del consumo de SPA en los colegios públicos de Bogotá?
6. Agradecimientos.

Anexo 5. Entrevista Alex Contreras

Exhabitante de calle y familiar de una de las investigadoras.

Escuchar en el CD en Anexos/1.Entrevistas/Anexo 5.

**Entrevista Semiestructurada a Alex Contreras,
exhabitante de calle**

1. Saludo y presentación.
2. Introducción al proyecto de investigación 'Más pepa quien no meta'
3. Conocimiento de la vida del entrevistado:
 - 3.1 ¿Cómo fue tu primer contacto con las SPA?
 - 3.2 ¿Cómo desencadenó en un consumo?
 - 3.3 ¿Cómo te sentías durante ese tiempo?
 - 3.4 ¿Te hablaron de las SPA en algún lugar en tu adolescencia?
 - 3.4.1 Si la respuesta es sí, ¿Qué te dijeron?
 - 3.4.1.1 ¿Por qué consideras que no funcionó?
 - 3.4.2 Si la respuesta es no, ¿Consideras que si te hubieran hablado no hubieras caído en el consumo? ¿Por qué?
4. ¿Qué se les puede decir o contar a los adolescentes para que vean en lo que se pueden estar involucrando si consumen y que el mensaje sea creíble?
 - 4.1 ¿Qué persona sería la correcta para dar esos mensajes?

Anexo 6. Entrevista Piedad Virgüez y Andrea Hernández

Orientadoras del I.E.D. Policarpa Salavarrieta.

Escuchar en el CD en Anexos/1.Entrevistas/Anexo 6.

Entrevista semiestructurada

Objetivo:

Identificar las estrategias que se han aplicado en la institución para la prevención, el manejo y control de sustancias psicoactivas en los estudiantes de bachillerato, en especial, los estudiantes de séptimo grado.

Preguntas:

Sección 1. Reconocimiento del entrevistado

1. ¿Cuál es su nombre? ¿Qué cargo tiene en la institución?
2. ¿Cuánto lleva en la institución?
3. ¿Qué estudios ha realizado y cuál es su experiencia?

Sección 2. Acercamiento a la problemática

1. ¿Qué estrategias se han aplicado en la institución? Por favor describirlas detalladamente.
2. ¿Considera que estas estrategias han tenido un impacto positivo en los estudiantes? ¿Por qué?
3. ¿De estas estrategias qué herramientas reconoce como efectivas?
4. ¿Cómo las mejoraría?
5. ¿Hay algún profesional especializado en la problemática que se dedique a tratar los casos dentro de la institución?

Sección 3. Anécdotas

1. ¿Recuerda alguna anécdota relacionada con el consumo de los estudiantes que quisiera compartirnos?

Finalización de la entrevista

Muchas gracias por brindarnos este espacio.

Anexo 7. Observación directa

Ver video en el CD en Anexos/2. Observación directa/Anexo 7.

Anexo 8. Encuesta demográfica

Ver las preguntas y la tabulación en el CD en Anexos/3.Encuesta demográfica/Anexo 8.

Anexo 9. Herramienta Point of View

Escuchar en el CD en Anexos/4.Herramienta Point of view/Anexo 9.

Anexo 10. Charla Santiago Pérez

Escuchar en el CD en Anexos/1.Entrevistas/Anexo 10.

Anexo 11. Encuesta de conocimientos previos

Ver las preguntas en el CD en anexos/4.Encuesta de conocimientos previos/Anexo 11.

Anexo 12. Imágenes para elección de colores

Ver imágenes en el CD en Anexos/6.Testeos de productos/Anexo 12.

Anexo 13. Prototipo para empatizar

Ver videos en el CD en Anexos/6.Testeos de productos/Anexo 13.

Anexo 14. Focus Group lluvia de ideas

Ver videos en el CD en Anexos/7. Focus Group lluvia de ideas /Anexo 14.

Anexo 15. Focus Group estilo gráfico

Ver en el CD en Anexos/8. Focus Group estilo gráfico /Anexo 14.

Anexo 16. Entrevista Ronal Cifuentes

Consumidor rehabilitado.

Ver en el CD en Anexos/1. Entrevistas /Anexo 16.

Anexo 17. Focus Group nombre del proyecto

Ver en el CD en Anexos/9. Focus Group nombre/Anexo 17.

Anexo 18. Testeo final

Ver en el CD en Anexos/11. Testeo final/Anexo 18.

Anexo 19. Autorizaciones captura audiovisual

Ver en el CD en Anexos/12. Autorizaciones captura audiovisual/
Anexo 19.

Anexo 20. Participación en la Red Colombiana de Semilleros de Investigación (RedColsi)

Ver en el CD en Anexos/13. Participación RedColsi/Anexo 20.



Figura 37. Logo RedColsi.

Fuente: <https://seeklogo.com/vector-logo/320161/redcolsi>

El proyecto participó en el evento regional desarrollado en Bogotá obteniendo un puntaje de 93,5/100, con el cual pasó al encuentro nacional en Valledupar, allí es calificado con un puntaje de 100/100 (en ambos casos, esto se puede evidenciar en los archivos de Excel de resultados en el proyecto número 52), lo que le da posibilidad de participar en el encuentro internacional en el año 2020. En la participación de ambos eventos, el proyecto aún tenía el nombre “Más pepa quien no meta” por lo cual estará nombrado así en los documentos.