



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

**Campaña Gráfica sobre la Salud Mental y el Conocimiento
en Adolescentes de la Institución Educativa San Martín,
Oyón 2021.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico**

AUTORA:

Urbano Alcedo, Lessly Katherin (ORCID: 0000-0002-7292-243X)

ASESOR:

Dr. Cornejo Guerrero, Miguel Antonio (ORCID: 0000-0002-7335-6492)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arte Visual y Social; Investigación de Mercados en el Ámbito de la
Comunicación Gráfica, Imagen Corporativa y Diseño del Producto.

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy actualmente, a mis hermanas por haberme acompañado en todo momento; muchos de mis logros se los dedico a ellos por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

En lo esencial agradezco a mi asesor el doctor Cornejo Guerrero, Miguel Antonio, por sus recomendaciones, orientaciones y compartirme su conocimiento en el asesoramiento de elaboración de mi investigación, por las enseñanzas brindadas para mi desarrollo académico en culminar mi carrera profesional.

Índice de contenido

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCION	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III.METODOLOGIA.	14
3.1.Tipo y Diseño de investigación	14
3.2.Variables, Operacionalización.	16
3.2.1. Variable Campaña Gráfica	16
3.2.2. Variable Salud mental.	16
3.2.3. Variable Salud mental.	16
3.3.Población muestra y muestreo.	17
3.3.1. Población.	17
3.3.2. Muestra.	17
3.3.3. Muestreo	17
3.4.Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.4.1. Técnica: encuesta.	17
3.4.2. Instrumento: cuestionario.	18
3.4.3. Validez del instrumento.	18
3.4.4. Confiabilidad del instrumento.	19
3.5.Procedimientos	20
3.6.Método de análisis de datos	20

3.6.1. Método Descriptivo	20
3.6.2 Análisis Inferencial	33
3.7.Aspectos Éticos	37
IV. Resultados	38
4.1.Resultados descriptivos.	38
4.2 Resultados Análisis Inferencial	44
V. DISCUSION	46
5.1.Discusión descriptiva	46
5.2.Discusión inferencial	62
VI.CONCLUSIONES	66
VII.RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

Índice de tablas

Tabla 1 Clasificación de Variables.	16
Tabla 2. Prueba binomial	18
Tabla 3. Alfa de Crombach.	19
Tabla 4. Resumen del procesamiento de los casos.	20
Tabla 5. Prueba de Normalidad	33
Tabla 6. Hipótesis General	34
Tabla 7. Hipótesis Especifica 1	35
Tabla 8. Hipótesis Específica 2	36
Tabla 9: Hipótesis Específica 3	37

Índice de figuras

Figura 1: Gráfico de barras del ítem 1	21
Figura 2: Gráfico de barras del ítem 2	21
Figura 3: Gráfico de barras del ítem 3	22
Figura 4: Gráfico de barras del ítem 4	22
Figura 5: Gráfico de barras del ítem 5	23
Figura 6: Gráfico de barras del ítem 6	23
Figura 7: Gráfico de barras del ítem 7	24
Figura 8: Gráfico de barras del ítem 8	24
Figura 9: Gráfico de barras del ítem 9	25
Figura 10: Gráfico de barras del ítem 10	25
Figura 11: Gráfico de barras del ítem 11	26
Figura 12: Gráfico de barras del ítem 12	26
Figura 13: Gráfico de barras del ítem 13	27
Figura 14: Gráfico de barras del ítem 14	27
Figura 15: Gráfico de barras del ítem 15	28
Figura 16: Gráfico de barras del ítem 16	28
Figura 17: Gráfico de barras del ítem 17	29
Figura 18: Gráfico de barras del ítem 18	29
Figura 19: Gráfico de barras del ítem 19	30
Figura 20: Gráfico de barras del ítem 20	30
Figura 21: Gráfico de barras del ítem 21	31
Figura 22: Gráfico de barras del ítem 22	31
Figura 23: Gráfico de barras del ítem 23	32
Figura 24: Gráfico de barras del ítem 24	32

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de una Campaña Grafica sobre la Salud Mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021; la metodología que fue utilizada es enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal, método hipotético deductivo; la muestra es de tipo censal y estuvo constituida por 117 estudiantes para la obtención de los datos se utilizó la técnica encuesta y como instrumento un cuestionario de tipo Likert, los resultados obtenidos de acuerdo al análisis descriptivo e inferencial es coeficiente de correlación Rho de Spearman 0,579 y significancia 0,000; información que nos permite concluir que existe correlación entre las variables.

Palabras clave: conflictos, autoestima, diseño gráfico y salud mental.

Abstract

The general objective of the research was to determine the relationship of a Graphic Campaign on Mental Health and knowledge in adolescents of the I.E José de San Martín, Oyón 2021; The methodology that was used is a quantitative approach, applied type, correlational descriptive level, non-experimental cross-sectional design, hypothetical deductive method; The sample is census type and consisted of 117 students to obtain the data, the survey technique was used and a Likert-type questionnaire was used as an instrument, the results obtained according to the descriptive and inferential analysis are Spearman's Rho correlation coefficient 0.579 and significance 0.000; information that allows us to conclude that there is a correlation between the variables.

Keywords: conflicts, self-esteem, graphic design and mental health.

I. INTRODUCCION

A nivel mundial debido a la situación que atraviesa el mundo entero con la llegada del covid-19 y el estado de emergencia que atravesaron todos los países, se tomaron medidas restrictivas donde las personas en especial los jóvenes estudiantes tuvieron que estudiar de manera remota, y sin salir de casa, originando el crecimiento de las enfermedades de salud mental, tales como el estrés, el miedo y la incertidumbre desgastado a muchas persona, incluido los adolescentes, lo que ha ocasionado la falta de sociabilización con sus amigos en algunos casos, y en otros problemas familiares, generando, depresión, ansiedad, rencor y desesperanza, incrementando el nivel de enfermedades en la salud mental, por lo que es importante desarrollar una campaña de concientización sobre la salud mental en los adolescentes, donde se llegue a promover actitudes saludables y se genere un conocimiento de estrategias que se pueden desarrollar para resistir presiones sociales mejorando sus habilidades sociales en los adolescentes.

Según datos de la OMS (2020, p.7), una de cada cinco personas entre las edades de 10 y 19 años, está presentando trastornos mentales, así mismo los trastornos mentales representa el 16% de toda la carga mundial de enfermedades, el cual se ha convertido en una cifra muy preocupante, el encierro de los jóvenes, ha generado que la mitad de los trastornos mentales se generen entre la edad de los 13 años, siendo entre ellos la depresión una de las principales causas.

La campaña gráfica tiene un papel muy importante de informar, persuadir y de cambiar el pensamiento o en el hábito de una persona, así mismo Castellblanque (2019) dice para desarrollar una campaña grafica es necesario ser creativo, diseñar propuestas interactivas que puedan ser difundidas por diferentes medios sin perder el mensaje, además, involucrando al público como parte de la campaña, ya que es el personaje principal y que va depender su aceptación. Sin embargo, existen muchas organizaciones que dejan de lado su diseño, dando el cargo a otras personas, simplemente porque consideran que solo basta con colocar el mensaje en las diversas piezas publicitarias, sin antes tener un plan o estrategia, de cómo se va a desarrollar la campaña.

A nivel nacional según el plan de salud mental comunitaria del Ministerio de salud (2018) el incremento de la falta de conocimiento de los adolescentes por las enfermedades de salud mental, ha generado que se incremente también los trastornos mentales, tales como cambios de personalidad, depresión, estrés, entre otros (p.12). Por lo tal motivo el conocimiento que se pueda brindar de que son enfermedades mentales, cuáles son sus causas y consecuencias, ha hecho que se elaboren planes de campañas en los centros educativos, donde profesores, directores y personal psicológico ante cualquier síntoma de advertencia en los adolescentes que está padeciendo una enfermedad de salud mental, puedan tener el conocimiento de que forma ayudarlos, disminuyendo el desarrollo de búsqueda de identidad que los lleve a una lucha consigo mismo y de esta manera genere en ellos depresión.

En el Perú los problemas de salud mental en los adolescentes según los estudios empiezan desde una edad muy temprana desde los 13 años, los cuales empiezan con primeros síntomas de dolor de cabeza y que en su mayoría no se llega a tomar importancia su tratamiento, es debido a ello que los trastornos son ocasionados por múltiples factores entre ellos esta los factores biológicos, los cuales son experiencias pasadas por la niñez, estos factores llegan a mezclarse en la adolescencia y esto sumado la búsqueda de identidad, puede generar en la persona un lucha con el mismo generando en él una depresión. La OMS (2018, p.6).

Por lo tanto, en base todos los estudios expuestos podemos decir que desarrollar una campaña de educación sobre la salud mental, es un medio por el cual se puede desarrollar el conocimiento sobre salud mental en los adolescentes, donde se tiene como fin llegar a inculcar conocimiento, actitudes y hábitos positivos en el adolescente, desde una temprana edad, orientado generar comportamientos promotores de salud, buscando prevenir las principales enfermedades de este grupo de adolescentes.

A nivel local un estudio que se realizó a la I.E José de San Martín en el 2012 en jóvenes desde los 12 a 18 años, revelaron datos importantes un 10% y 15% de los hombres y mujeres tenían problemas de salud mental, siendo las mujeres la que mayor preponderancia tenían de enfermarse.

En este contexto, el sector educativo juega una labor importante ya que se debe preocupar por diseñar un agradable ambiente educativo, donde los jóvenes estudiantes se sienten cómodos, respetados e integrantes del círculo de estudiantes. Es debido a ello que a la quincena del mes de mayo se llevará a cabo una campaña gráfica, para conmemorar el lema 'Educación inclusiva, salud mental positiva' y que estará dedicado a la juventud y salud mental, donde se llevará en el centro educativo a través de anuncios, dinámicas y el manejo de las redes sociales, donde los participantes podrán llegar a identificar las conductas favorables y aquellos que son desfavorables para la salud mental. Ya que según los estudios que hemos podido recopilar anteriormente de artículo, es importante llegar a prevenir las enfermedades mentales en edades tempranas, por lo que será importante involucrar a la familia y a la institución educativa en una etapa de prevención, para ello se elaboró la intervención precoz, para crear un clima positivo y saludable en el contexto educativo, familiar y social.

El presente trabajo de investigación busca concientizar a los padres de familia y a los alumnos de la I.E José de San Martín, de los problemas de salud mental; debido al alcance de la pandemia muchos adolescentes. Por consiguiente, se plantea como problema general, ¿Qué relación existe entre la Campaña Gráfica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E. José de San Martín – Oyón, 2021? Entre los problemas específicos tenemos:

¿Qué relación existe entre los factores de riesgo sobre la salud mental y la campaña gráfica en los adolescentes de la I.E. José de San Martín, Oyón 2021?

¿Qué relación existe entre los factores de protección sobre la salud mental y la campaña gráfica en los adolescentes de la I.E. José de San Martín, Oyón 2021?

¿Qué relación existe entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y la campaña gráfica en los adolescentes de la I.E. José de San Martín, Oyón 2021?

La Justificación de esta investigación se ha realizado en base a tres aspectos: En primer aspecto tenemos una justificación teórica, debido a que se sostiene en base a las teorías Marketing emocional y la teoría Psicológica organicistas según el autor Vélez y Gonzales (2015) campaña gráfica, Cabanyes (2017) en salud mental y las investigaciones de conocimiento de los adolescentes de

enfermedades mentales de la OMS, 2014. Cabe resalta que dichas investigaciones serán analizadas en cuanto a la realidad problemática, confrontando las teorías, se logrará contrastar los resultados con la epistemología sobre los conocimientos existentes en base a la campaña gráfica, salud mental y conocimiento.

La investigación posee una justificación metodológica, ya que tiene características de tipo aplicada, ya que a partir de los conocimientos adquiridos mediante la investigación se logró aplicar en cuanto a la realidad problemática, no experimental, corte transversal y de nivel descriptivo correlacional, ya que se buscará analizar el grado de vinculación entre nuestras variables de estudio campaña gráfica, salud mental y conocimiento.

De la misma manera, contiene una justificación práctica ya que es pertinente pues los conocimientos que se van adquirir serán de suma relevancia para otras investigaciones de índole similar, ya que, a través de los resultados, se analizará una realidad que no es ajena a otros centros educativos.

La hipótesis general de la investigación es:

Hi: Si Existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martin, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martin, Oyón 2021.

Las hipótesis específicas son las siguientes:

Hi: Si existe relación directa y significativa entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martin, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martin, Oyón 2021.

Hi: Si existe relación directa y significativa entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

El objetivo general de la investigación: Determinar la relación de una Campaña Gráfica sobre la Salud Mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Los objetivos específicos son:

Determinar la relación entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Determinar la relación entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Determinar la relación entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Se ha consultado con diversos antecedentes Internacionales que guardan relación con la campaña gráfica, salud mental y conocimiento de los adolescentes, siendo los siguientes: Pace, Kami, Founier, & Eaglin (2016), tuvieron como objetivo analizar el impacto de una campaña gráfica para mejorar la salud mental en los estudiantes universitarios del primer año. El estudio se realizó una encuesta conformada por 22 preguntas, el cual fue dirigida a 292 estudiantes. El estudio fue de enfoque descriptivo- cuantitativo, los resultados demostraron que solo el 17.8% tenían conocimientos de problemas considerados que dañan la salud mental, entre ellos el estrés, el resto lo dividió en enfermedades como síndrome de Down, locura entre otros, demostrando su poco conocimiento y el manejo de técnica para controlar su conducta. Conclusión; Es importante adaptar los mensajes a través de una campaña a los estudiantes, aumentando conciencia sobre los problemas de salud mental

Así mismo Sánchez, Albpeniz, Paino y Pedrero (2018), tuvieron como objetivo analizar la relación de las dificultades del ajuste emocional y comportamiento en la salud mental de los adolescentes, método cuantitativo, descriptivo transversal. Resultados: se empleó una muestra de 1664 jóvenes entre edades de 12 a 19 años, para ello se realizó un cuestionario en la escala de Paykel, donde se modificó la escala, el 7% manifestó tener problemas de salud mental, mientras el 14%, estarían entrando en problemas de salud mental, así mismo se encontró valores importantes en desajustes emocionales y comportamientos, presentando una idea suicida, así como conductas de acoso y el ciberacoso, consumo de sustancias nocivas. Conclusión; los resultados llegaron a incrementar la conciencia sobre la importancia de la salud mental en los adolescentes, buscando poner en marcha medidas para promocionar la salud, a través de una campaña informativa y reduciendo los factores de riesgos suicidas durante su año escolar.

Coincidentemente Sánchez, Guillermo, Buitrago (2019), tuvieron como objetivo llegar a describir el estado de la salud mental de adolescentes en base a los factores sociodemográficos y de su entorno, método descriptivo, cuantitativo, se empleó un cuestionario dirigido para un tamaño de muestra de 472 adolescentes jóvenes entre 13 y 28 años en tres ciudades de Colombia. Resultados: el 4.7% se producen los trastornos mentales por el uso de sustancia, el 24.4% presentan un trastorno mental el 6.8%, trastorno por estrés, 5% por depresión donde el 15% ha pensado en suicidarse. Conclusión; ser hombre tener un buen funcionamiento familiar, apoyo social, son los factores protectores que la investigación ha determinado que reducen la presencia de los trastornos mentales.

Por lo mismo, Casañas, Castells, y Lalucat-Jo (2017), tuvieron como objetivo promocionar la salud mental, como medida de prevención de los trastornos mentales buscando erradicar el estigma en adolescentes escolarizados entre el 2012-2015. La población estuvo conformada por 2813 jóvenes, para ello se realizó un cuestionario de 20 preguntas, de enfoque cuantitativo- descriptivo. El 91% les pareció interesante la campa de prevención de la salud mental el 85%, se encontraba satisfecho y el 78% recomendaría la actividad. Concluyendo que uno de los grandes factores que debe ser importante para desarrollar buenos

hábitos o conductas dependía mucho de dos factores el entorno familiar y del amical.

Finamente Bunge, Maglio, Carrea, & Entenberg (2016), tuvieron como objetivo analizar la relación entre la satisfacción y el tipo de servicio de salud mental para niños y adolescentes, conociendo el grado de satisfacción, los datos se recopilaron en un enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional. Resultados; se pudo demostrar que existe una relación positiva, el nivel de satisfacción que llevaron los padres a sus hijos adolescentes se mostraron satisfácelo en base al tratamiento psicodinámico, se empleó para ello un cuestionario. Conclusión: La evaluación de la satisfacción de los usuarios en servicios de salud mental es de buena calidad, ya que mejoran su capacidad cognitiva-de la conducta de la salud mental de niños y adolescentes.

A nivel nacional tenemos los siguientes antecedentes: Huamán y Baca (2015), el objetivo de la investigación fue desarrollar una Campaña Grafica para optimizar el conocimiento sobre la prevención del cáncer de MAMA., en cuanto a su metodología se tiene un análisis descriptivo correlacional, con un enfoque cuantitativo. Resultados: luego de la implementación de una campaña grafica se ha podido establecer que un 75% de aprobación en base a los datos obtenidos por la encuesta realizad, donde el 60% que las gráficas de afiches y trípticos han sido de gran importancia, ya que se ha demostrado un alto índice de confiabilidad. Siendo estos los que ha generado una mayor captación por las personas.

Por lo tanto, Pereira (2019) mencionó como objetivo llegar a establecer la relación entre la campaña gráfica y la percepción de los adolescentes, del colegio de Villa del Salvador, metodológicamente fue una investigación correlacional, de enfoque cuantitativo, la muestra estuvo conformada por 275 estudiantes, se empleó un cuestionario de 15 preguntas, Resultados; a través del Chi-cuadrado se pudo corroborar la relación entre las variables, determinando una correlación positiva, cuyo valor fue de 0.777, así mismo como el valor de sus significancia fue menor al 0.05, se pudo comprobar las hipótesis. Concluyendo que a través

a través del desarrollo de una campaña gráfica se puede brindar información la cual sirve para motivar a sus alumnos y que puedan tomar diferentes decisiones, sin embargo, tenga un mayor grado de concientización sobre las consecuencias del Bullying.

Coincidentemente Gutiérrez (2018), en la presente investigación se tuvo como objetivo llegar a analizar el impacto de una campaña social sobre la adicción de los videojuegos y el conocimiento de los jóvenes estudiantes, se tuvo como metodología, un diseño no experimental, de correlacional-causal, por lo que es mixta de análisis transversal, se empleó un cuestionario dirigido a 100 estudiantes. Resultados: se realizó un análisis de regresión lineal en donde se obtuvo un valor de significancia de 0,00, por lo que se logró comprobar la hipótesis. Conclusión: el uso de la intervención de una campaña social tiene una influencia positiva en el conocimiento de los usuarios en relación al tema de la adicción de video juegos.

Así mismo Vásquez (2019), se tuvo como objetivo analizar la relación entre la Salud Mental y la satisfacción en adolescentes de I.E. Santa Clara, metodología, transversal prospectivo, de enfoque cuantitativo. Resultado: el 67.2% entre los jóvenes entre las edades de 17 años muestran signos de problemas en la salud mental, un 50.7% muestran un grado de insatisfacción ya que las campañas que realiza el colegio no son las adecuadas. Conclusión: se llegó a encontrar que existe una relación directa entre las variables salud mental y satisfacción en los adolescentes, siendo las enfermedades más recurrentes, ausencia de ansiedad, depresión y disfunción social.

Finalmente, Achín y Chepén, (2016), la investigación tiene como objetivo desarrollar una campaña gráfica publicitaria para promocionar libros enciclopédicos, en los adolescentes del TRENTO. Metodología; nivel descriptivo, prospectivo, de enfoque cuantitativo. Resultados: luego de haberse implementado una campaña publicitaria, se logró incrementar el nivel de motivación de los jóvenes adolescentes por los libros, las estrategias publicitarias fueron aceptadas de una forma adecuada por los estudiantes, donde se realizó un Chi-cuadrado para contrastar la hipótesis general, obteniéndose un 0,69 con un valor de significancia de 0.00. por lo que la influencia es positiva.

Concluyendo: una campaña grafica publicitaria es importante para promocionar los libros enciclopédicos.

Así mismo se pudo recabar el análisis de los siguientes autores con respecto a la primera variable Campaña gráfica: Las campañas graficas es una disciplina que tienen como objetivo llegar a convencer o persuadir el cambio de una conducta. Para Stanton, Etzel y Bruce (2013 p.13), La campaña grafica es la coordinación de diferentes estrategias de promoción, diseñada en alcanzar una meta, por lo que es importante tener una buena idea y del concepto lo que se desea transmitir, que medios se emplearan, cuales son las formas adecuadas, cuanto tipo durara, que medidas de control se va a emplear y cuanto es el presupuesto asignado con el que se va a trabajar.

Una campaña grafica se da en base a la idea que reside en llegar a mostrar ciertos atractivos, en base a un lineamiento gráfico, de diferentes directrices, donde se puede ejecutar diferentes piezas gráficas, los cuales se llegan complementar a través de una planificación publicitaria, estableciendo diferentes puntos. Las campañas se desenvuelven bajo el patrón de estrategias de marketing, buscando captar la atención (Guzmán, 2003 p.30).

En base a los conceptos de los demás autores en cuanto a campaña grafica se tomó la teoría de (Vélez y González, 2015, p.13). Dentro del diseño gráfico la campaña grafica es una forma de comunicación que se transmite mediante piezas graficas tales como; volantes, dípticos, trípticos, anuncios folletos, entre otros que buscan lograr algún tipo de reacción. Vélez, y González, (2015, p.13)

En primera parte; El diseño gráfico es el arte visual donde la imagen se convierte en una parte fundamental para lograr atraer a los espectadores, creando imágenes para que puedan llegar a ser percibidas se logre entablar una conexión con el consumidor, por lo que es importante que el diseño de una pieza grafica como lo es la tipografía busque armonizar el arte, causando un mayor impacto, en los espectadores, con el objetivo de llegar a transmitir un mensaje que llegue a producir sensaciones y sentimientos, permitiendo una conexión que genere satisfacción (Vélez, y González, 2015, p.14).

El primer elemento que tenemos es la Imagen: Es la figura que se tiene ya sea una persona o cosa, en las campañas graficas son importantes el color que

tengan con la finalidad de captar y atraer la atención. (Vélez, y González, 2015, p.26).

El segundo elemento, la tipografía es el arte que requiere de mucho trabajo por parte del diseñador, ya debe de llegar a mantener una coherencia con la representación de las imágenes, denotando un mensaje único, así mismo es considerado como una técnica en el que se reproduce un mensaje, transmitiendo elegancia, y eficacia a través del diseño de las palabras (Vélez, y González, 2015, p.32).

Tercer elemento el mensaje en el diseño gráfico, es aquel que interactúa herramientas gráficas, tales como imágenes y textos, lográndose trasladar a cada una de las piezas gráficas; proporcionando una visión global de una imagen, el cual llame la atención y transmita un deseo y emociones en los espectadores. (Vélez, y González, 2015, p.35).

Segunda parte las piezas graficas son el: anuncio, afiche, volantes. Siendo estas piezas graficas la de un mejor prospecto en cuanto a nivel informativo, los cuales se pueden transmitir por diferentes canales o medios entre ellos las redes sociales buscando transmitir un mensaje que genere una reacción positiva en el receptor. (Vélez, y González, 2015, p.15).

El primer elemento Volantes: Un volante o más conocido como un Flyer es una pieza gráfica, el cual se llega a utilizar cuando se desea dar a conocer un producto nuevo, promociones o local, son los más usados ya que es bastante económico, así mismo puede llegar a una gran cantidad de personas, por lo que es considerada como un medio de comunicación directa y efectiva (Vélez, y González, 2015, p. 87)

Segundo elemento las Redes Sociales forman parte del diseño gráfico, las páginas webs y los social media, en donde se diseña un formato independiente, con un logo y lenguaje visual propio que guarda relación con el mensaje del producto o servicio que se desea transmitir (García, 2011, p.27).

Tercer elemento Susceptibilidad: es un indicador importante del diseño gráfico, ya que nos ayuda medir si se ha logrado captar la atención de los clientes por intermedio de sus emociones, ya que busca modificar la impresión de los clientes, generando una satisfacción en su interior (García, 2011, p.29).

Con respecto a la salud mental tenemos las siguientes teorías: la Teoría Organicista de la Psiquiatría clásica, la cual considera un estudio de causas de

enfermedades mentales, así como las que son causadas por lesiones cerebrales, y en las que se llega a enfatizar esta teoría, el cual se llega a originar por indicios de un mal funcionamiento del cerebro la teoría manifiesta que toda persona tienen un comportamiento diferente a los impulsos, ya que genera un desorden de la vida psíquica, la teoría también manifiesta que existe un focalización con la intervención entre la organización y la salud Donaldson et al (1996, p.12).

La organización mundial de la salud en 1948, la define como un estado de complemento e interdependencia de un estado físico mental y social y por ende no solamente de afecciones o de enfermedades, por lo que busca generar un equilibrio psico-emocional evitando enfermedades psiquiátricas. (OMS, 2014, p.2).

La salud mental tiene grandes condicionantes, los cuales son factores que pueden llegar a originar diversas enfermedades. Cabanyes (2017, p.129).

Sin embargo, se empleó la teoría de Cabanyes 2017, cuya definición sirvió para nuestras dimensiones e indicadores de estudio.

Primera parte Neurobiología: Es el estudio del sistema nervioso, en el que se llega a existir muchas enfermedades psíquicas que dañan la salud mental, en el cual una persona es más propensa que otras, entre algunas de estas enfermedades, tenemos, el trastorno bipolar, la esquizofrenia, el trastorno obsesivo – convulsivo, los cuales llegan a determinar de forma notable la salud mental de las personas Bennetts (2018, p.10).

Primer elemento Esquizofrenia: es una enfermedad de un trastorno mental grave, el cual se llega a caracterizar por una distorsión delirante del pensamiento y de sus percepciones, así como de sus emociones. Cabanyes (2017, p.134).

Segundo elemento, Trastorno de ansiedad compulsiva: es un trastorno mental que presenta una alta ansiedad, ya que las personas tienen pensamientos y sentimientos obsesivos, desarrollando un comportamiento que los impulsa hacer algo de forma repetitiva e indeseable, convirtiéndose en compulsiones Cabanyes (2017, p.135).

Segunda parte Personalidad: La personalidad también es una variable que contribuye en la salud mental de las personas ya que contribuye en su relación afectuosa, seguridad emocional, aptitudes y en la percepción con la que observa la realidad Cabanyes (2017, p.129).

Primer elemento Emociones: se refiere a la forma como reaccionamos, las actitudes que tomamos y el control de nosotros mismos. Cabanyes (2017, p.129).

Segundo elemento Aptitudes: son características como respuestas simbólicas los cuales son adquiridos, asociado a las personas o situaciones. Cabanyes (2017, p.135).

Tercer elemento Percepción: es un proceso en el que se llega a interpretar la información recibida, generando una imagen mental en la que se llega a formar en base a la experiencia y a las necesidades, generando un proceso de selección e interpretación de sensaciones. Cabanyes (2017, p.137).

Tercera parte Ambiente: El grupo de factores ambientales, es amplio, los cuales según sus características pueden ser favorables o desfavorables en la salud mental de las personas, entre los factores más destacados tenemos la familia, el grupo de amigos y su entorno sociocultural. Cabanyes (2017, p.129).

Primer elemento Familia: es aquel que llega a ejercer un papel muy importante en la salud mental, ya que llega a cohesionar en los límites educativos, debido a que llega a generar libertad, amor, el apoyo de la familia nos enseña a enfrentar el sufrimiento, ya que es un promotor de la salud mental el cual puede llegar a generar un ámbito saludable y de apoyo para desarrollar una salud mental adecuada. Cabanyes (2017, p.130).

Segundo elemento Grupo de amigos: es un condicionante de la salud mental, en el que se llega trabajar en base a una doble perspectiva, el cual puede llegar hacer un buen estímulo favorable, o genere una disyunción en la personalidad de la persona. Cabanyes (2017, p.130).

Tercer elemento Entorno sociocultural: es aquel que llega aportar una protección o un riesgo a la salud mental, en base a varias características, igual de oportunidades, justicia, sociedad democrata, el cual se llega apoyar en espacios que protegen y fomentan la salud mental (2017, p.131).

Finalmente, en cuanto a la tercera variable conocimiento de adolescentes tenemos: El conocimiento que pueden llegar a tener los adolescentes sobre la salud mental, pueden llegar a influir de manera preventiva sobre los factores de riesgo, generando factores de protección y de esta manera reducir la incidencia y prevalencia de algunos trastornos mentales Según la OMS (2014, p.14)

Primera parte Factores de Riesgo: Son aquellos factores que llegan a estar asociados en la probabilidad de que aparezca la enfermedad con un mayor grado de gravedad y duración afectando la salud, tales; depresión ansiedad, abusos de sustancias. OMS (2014, p.14)

Primer elemento Depresión: La depresión es un trastorno mental, se genera por estados muy de tristeza de manera constante, ocasionando pérdida de interés, sentimiento de culpa, una autoestima vista desde un punto negativo, y generando pérdida de apetito, cansancio y una gran falta de concentración Del Cano y Topa (2012, p.77).

Segundo elemento es una sensación del estímulo nervioso, que llega a generar una preocupación, y un sentimiento de malestar, que es parte de la experiencia humana, sin embargo, si se mantiene en exceso genera un impulso agudo nervioso que conlleva a una enfermedad mental Del Cano y Topa (2012, p.66).

Tercer elemento Abusos de sustancia: es aquel que llega a originar un consumo continuo, originando problemas laborales, una ausencia de trabajo, llegando a disminuir el rendimiento, generando arrestos y denuncias, entre familiares generando pareja violencia. Se llega a poner en peligro la propia vida de los demás Del Cano y Topa (2012, p.67).

Segunda parte Factores de Protección: Son aquellos factores que logran ser características positivas de la salud mental, cuya finalidad es proteger y resguardando que se mantenga una salud mental positiva en las personas, entre ellas tenemos: la autoestima, la habilidad del manejo de estrés y sentimientos de control. OMS (2014).

Primer elemento Autoestima: la fuerza que estimula un crecimiento o descenso de las enfermedades mentales es la autoestima, por lo que es considerada la base de la salud mental, ya que estimula a un cambio de la conducta de lo que llega a pensar o percibir las personas, generando un amor propio si es que se tienen una autoestima favorable, por lo que las campañas están destinadas a analizar, fortalecer y mejorar la autoestima de las personas Del Cano y Topa (2012, p.61).

Segundo elemento Habilidad manejo de estrés: las habilidades de manejo de estrés comienzan con una valoración de reacciones frente a diferentes situaciones de estrés, donde se logre contrarrestar a través de técnicas el estrés. Del Cano y Topa (2012, p.67).

Tercer elemento Sentimientos de control: se refiere a regular nuestros estados de ánimo y mejor aún, cambiarlos a nuestro antojo Del Cano y Topa (2012, p.58). Tercera parte Reducción de la incidencia de los trastornos mentales: en esta fase se busca disminuir el riesgo de los trastornos mentales, mejorando la salud y el desarrollo social, a través de estrategias para mejorar la salud mental, se ha podido lograr el riesgo de poder desarrollarlas; a través de mejoras de acceso de información a enfermedades mentales en el sector educativo, y reduciendo el daño que causas el consumo de sustancias nocivas. OMS (2014).

Primer elemento Mejorando la Educación: es garantizar una excelente educación, con unos adecuados conocimientos e implican a colectivos muy diversos Góngora (2019, p.58).

Segundo elemento Reduciendo inseguridad económica: es una situación que busca que las personas o las comunidades lleguen a resistir las diferentes circunstancias adversas frente a posibles pérdidas económicas Góngora (2019, p.66)

Y como tercer elemento Reduciendo el daño por sustancias adictivas: es el conjunto de políticas, y programas los cuales han sido destinados a llegar a minimizar toda consecuencia adversa que se genere por el consumo de sustancias adictivas nocivas e ilegales, que logren generar un daño a la sociedad Góngora (2019, p.66).

III. METODOLOGIA.

3.1. Tipo y Diseño de investigación

La presente investigación cuenta con un diseño de investigación aplicada mediante conocimientos conceptuales y teóricos para darle solución a la problemática de nuestra investigación, lo manifestado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.218), manifiesta que el estudio de nivel aplicado tiene como fin interrogantes destinados a hechos recientes para que podamos asegura la información de las evidencias que se encuentren, sin limitar el lado practico, por lo que ambos se vinculan sobre las nuevas realidades que puedan ser útiles y relevantes para lograr un mejor diagnóstico de la investigación

El diseño no experimental de corte transversal dado que no se manipularán las variables de estudio, manteniendo en su estado de forma natural, y de corte

transversal, por lo que la investigación se ejecutara en un solo momento dado. Al respecto, lo constituido ha tenido como apoyo la definición de Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.216), quienes plantearon que las investigaciones con planteamiento no experimental se efectuaron sin descomponerse o envilecer intencionalmente las variables con la especificación de ver los fenómenos en su aspecto habitual para inspeccionarlos; son de corte transversal por que se almacenaron datos en un momento determinado del estudio.

Nivel descriptivo correlacional ya que tuvo como fin determinar el grado de vinculación que muestran la campaña gráfica, la salud mental y el conocimiento. En su definición Hernández y Mendoza (2019, p.221), a través de conceptos diferentes de cada uno, donde primeramente busca delimitar los caracteres y particularidades sobresalientes de cualquier fenómeno que delimite las ventajas de un grupo o sociedad, por otro lado, puntualiza que la investigación correlacional pesquiza el grado de conexión de las variables o como se incorporan entre sí para un entorno en particular. La investigación fue de enfoque cuantitativo por que se emplearon mediciones para cuantificar los datos de tipo Likert, lo fijado ha tenido como definición Bernal (2010, p.112), del cual impugnaran que para la prueba de hipótesis se ejecutan a través de la elección de datos apoyados en los cálculos numéricos y el estudio estadístico, con la meta de acreditar teorías y consolidar patrón de comportamiento, y por último en cuanto al Método fue hipotético deductivo dado a la formulación de hipótesis, por lo que en su concepto Bernal (2010), manifiesta que radica en el comportamiento que comienza de unas confirmaciones en carácter de hipótesis y busca impugnar o hurtar tales hipótesis, infiriendo en los resultados que deben ser examinarlo con los hechos a ejecutar.

3.2. Variables, Operacionalización.

Tabla 1. *Clasificación de Variables*

Variable	Naturaleza	Escala	Categoría
Campaña Grafica	Cualitativa	Nominal	Independiente
Salud Mental	Cualitativa	Nominal	Independiente
Conocimiento	Cualitativa	Nominal	Independiente

Fuente: Elaboración Propia

3.2.1. Variable Campaña Gráfica

Dentro del diseño gráfico la campaña grafica es una forma de comunicación que se transmite mediante piezas graficas tales como; volantes, dípticos, trípticos, anuncios folletos, entre otros que buscan lograr algún tipo de reacción (Vélez y González, 2015, p.13).

3.2.2. Variable Salud mental.

Variable Salud mental: La salud mental tiene grandes condicionantes, los cuales son factores que pueden llegar a originar diversas enfermedades. Cabanyes (2017, p.129).

3.2.3. Variable Salud mental.

Variable Conocimiento de los adolescentes: El conocimiento que pueden llegar a tener los adolescentes sobre la salud mental, pueden llegar a influir de manera preventiva sobre los factores de riesgo, generando factores de protección y de esta manera reducir la incidencia y prevalencia de algunos trastornos mentales Según la OMS (2014, p.14)

Mi identificación de variables fueron las siguientes: ambas variables contaron con la naturaleza cualitativa, escala nominal y categorías independiente.

En mi Matriz de Operacionalización se puede observar que contamos con definiciones conceptuales, definiciones operacionales, dimensiones, indicadores y escala de medición **Ver Anexo 1**

3.3. Población muestra y muestreo.

3.3.1. Población.

Esta investigación lleva una población finita conformada por 117 alumnos de 4to y 5to de secundaria de la IE. José de san Martín, Oyón, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), "Población es la estructura que coinciden con establecidas especificaciones del compuesto de todos los sucesos" (p. 174).

3.3.2. Muestra.

En la presente investigación la muestra es de tipo censal. Según Bernal (2010), "La muestra es una porción de la población elegida, para extraer los datos indispensables en el procedimiento del estudio por donde se ejecutará en realizar las mediciones e indagaciones a través de la observación el propósito de estudio" (p. 161). La muestra censal que será objeto de estudio, está compuesta por 117 estudiantes de 4to y 5to de secundaria de la IE. José de San Martín.

3.3.3. Muestreo

En esta reciente investigación se utilizó el muestreo no probabilístico, ya que no se empleó un modelo estadístico para hallar el tamaño de la muestra

Según Bahena (2017, p. 84). El muestreo es la selección de la población que se realiza bajo dos análisis, el primero bajo una fórmula (paramétrico) y en el otro caso no es necesario (análisis no paramétrico).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica: encuesta.

La obtención de información prescindibles para el progreso de uno de los fines propuestos de la investigación, se elaboraron mediante la técnica de encuesta para la evaluación de los grados de conocimiento y niveles de actitudes por medio de las preguntas que se realizan de manera directa o indirectamente a los investigados (estudiantes) a través del el escalamiento de Likert con la

aseveración para que demuestre sus reacciones eligiendo las condiciones pertinentes en la escala asignada de cada punto un valor en números. Hecho que fue aplicado por medio del correo electrónico y comunicación de las redes sociales, encuesta que se procedió efectuar en el Gmail formulario (se agregan en la parte apéndice), según Bernal (2010), “La encuesta tiene como bases interrogantes o conglomerado de cuestionamientos que proceden con la finalidad de adquirir información o datos trascendentales de los individuos” (p. 194).

3.4.2. Instrumento: cuestionario.

Para este propósito se realizaron 24 preguntas precisas y exactas sintetizadas, dirigido a estudiantes de secundaria de 4to y 5to de secundaria de la IE. José de san Martín, Oyón.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), nos menciona el instrumento de medición es un recurso el cual es empleado por el investigador para obtener datos sobre las variables de la investigación.

Según Bernal (2010), nos dice: El cuestionario son preguntas en conjunto diseñados para generar datos relevantes con el fin de llegar a la meta propuesta en la investigación de forma correcta, para obtener la información precisa y exacta del objeto a investigar y el problema central de la investigación. (p. 250)

3.4.3. Validez del instrumento.

Para precisar la probabilidad de la validez del instrumento, se realizó la técnica de juicio de expertos mediante la prueba estadística binomial.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p 204), ratifican que la autenticidad objetiva la interrogante de acuerdo con expertos que despuntan un determinado tema. Este proyecto de investigación es evaluado por un conocedor para su validez, teniendo 11 elementos para su adhesión, luego se empleó el programa estadístico SPSS, para obtener la prueba binomial.

Tabla 2. Prueba binomial

	Categoría	N	Prop. Observada	Prop. De Prueba	Significancia Exacta (Binomial)	
Experto 1	Grupo1	1,00	10	,91	,50	,012
Ochoa Sulca,	Grupo2	,00	1	,09		
Luis Manuel	Total		11	1,00		
Magister						
Experto 2	Grupo1	1,00	10	,91	,50	,012
Apaza Quispe ,	Grupo2	,00	1	,09		
Juan	Total		11	1,00		
Doctor						
Experto 3	Grupo1	1,00	10	,91	,50	,012
Rodriguez	Grupo2	,00	1	,09		
Figueroa	Total		11	1,00		
Jorge						
Doctor						

Fuente: Elaboración Propia.

3.4.4. Confiabilidad del instrumento.

Para este proyecto de investigación procedimos a realizar un análisis de confiabilidad, el cual se realizó a través del análisis del alfa de Crombach conformado por estudiantes. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), nos dice: se evidencian diferentes técnicas para obtener la fiabilidad del instrumento. Muchos realizan diferentes métodos mediante técnicas y fórmulas que resultan esperar obtener un coeficiente de fiabilidad. En gran parte las medidas fluctúan entre 0 y 1, por lo que el coeficiente de 0 demuestra una confiabilidad ineficaz y 1 nos resulta un coeficiente óptimo para el procedimiento de la investigación porque representa un máximo de confiabilidad la aproximación a 0 representara un mayor error en la medición. (p.207).

Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2014), nos dice: “El resultado cual fuere, simplemente se hará una interpretación en base a un comentario respectivo del resultado obtenido con la proporción de congruencia interna denominada “coeficiente alfa Cronbach”, que es uno de los más utilizados” (p. 207).

Tabla 3. Alfa de Crombach.

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,802	24

Tabla 4. Resumen del procesamiento de los casos.

		N	%
Casos	Válidos	117	100,0
	Excluidos	0	0
	Total	117	100,0

a. Eliminación por lista justificada en todas las variables del procedimiento

3.5. Procedimientos

En esta investigación se empleó para la recopilación de datos el programa de Google Formulario, para poder encuestar a los alumnos. Se emplearon diversas herramientas para obtener los datos de la muestra conformado por 117 estudiantes. Se efectuó a realización de la encuesta a través de un formulario del Google Drive con un cuestionario de 24 Ítems. Posteriormente se trasladó la información del cuestionario vía WhatsApp a los 117 estudiantes con ayuda de sus profesores. Durante el procedimiento del desarrollo del proyecto se coordinó y solicito la autorización del director del centro educativo Dicho cuestionario se encuentra en la plataforma Google formulario la cual ayuda almacenar las respuestas de los estudiantes. Justo al formulario tiene consigo dos formatos PDF que dentro lleva las piezas graficas donde cuenta con la especificación de los temas a tratar, todo esto con el fin de que los estudiantes tengan conocimiento sobre la campaña a realizar.

3.6. Método de análisis de datos

Para poder obtener los resultados de las encuestas elaboradas por la muestra se utilizó el programa IBM Stadistics 25 la cual es útil para hacer tablas y gráficos para que finalmente se proceda a la interrelación de los mismos. Además, siendo utilizado para efectos de hallar la confiabilidad de Crombach.

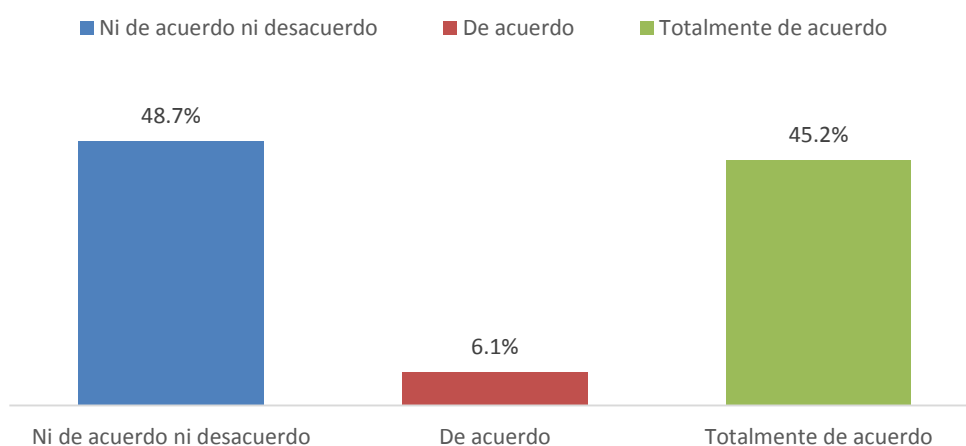
3.6.1. Método Descriptivo

A continuación, se redactará los resultados obtenidos en la encuesta a 117 adolescentes comprendidos entre la edad de 13 a 17 años que sean estudiantes

de la IE. José de San Martín, Oyón 2021. De igual forma de realizo la interpretación de cada gráfico y tabla para una información detallada.

Figura 1: Gráfico de barras del ítem 1

¿Las imágenes usadas en la campaña gráfica te ayudaron a entender mejor el tema?

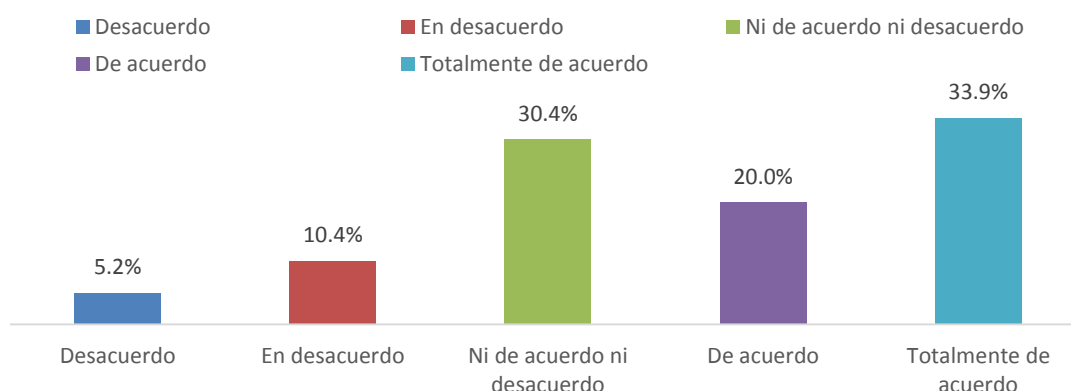


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenidos sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 48.7% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 45.2% están totalmente de acuerdo y el 6.1% está en de acuerdo.

Figura 2: Gráfico de barras del ítem 2

¿La tipografía te ayudo a identificar mejor el tema de Salud Mental?



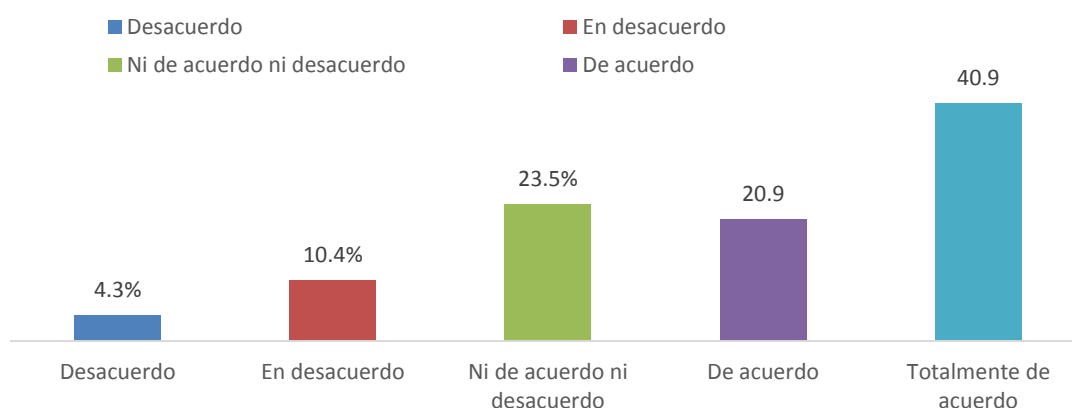
Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 33.9% está totalmente de acuerdo, el 30.4% están ni de

acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 20% está de acuerdo, el 10.4% en desacuerdo y el 5.2% está en desacuerdo.

Figura 3: Gráfico de barras del ítem 3

¿El mensaje de la campaña gráfica estuvo sencillo de entender?

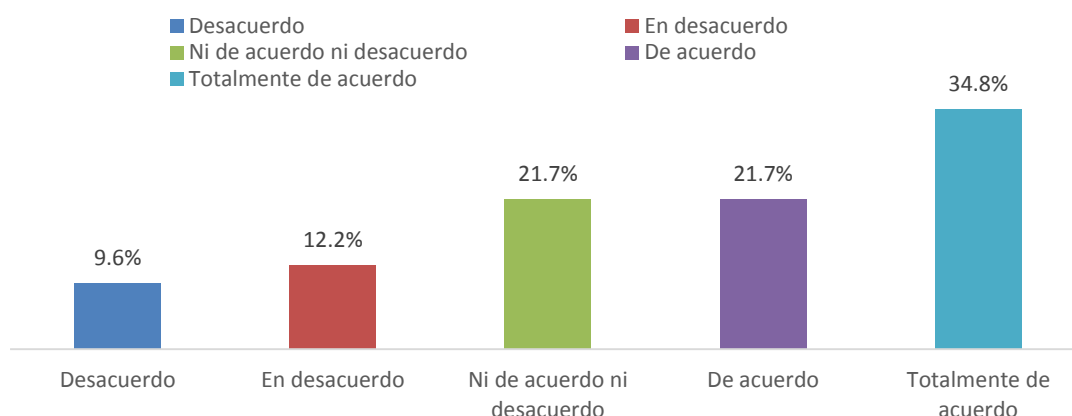


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 40.9% está totalmente de acuerdo, el 23.5% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 20.9% está de acuerdo, el 10.4% en desacuerdo y el 4.3% está en desacuerdo.

Figura 4: Gráfico de barras del ítem 4

¿Los volantes te ayudaron a entender mejor sobre Salud Mental?



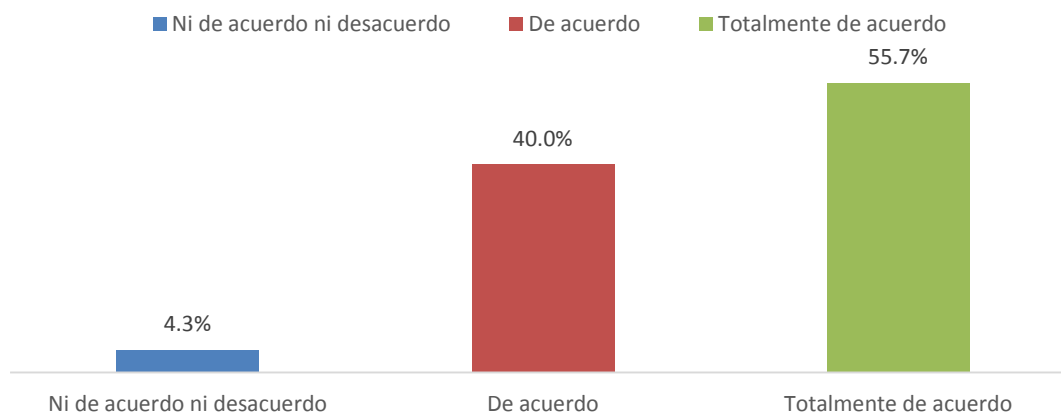
Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 34.8% está totalmente de acuerdo, el 21.7% están de

acuerdo, similar al 21.7% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 12.2% en desacuerdo y el 9.6% está en desacuerdo.

Figura 5: Gráfico de barras del ítem 5

¿Consideras que las informaciones de los afiches fueron fáciles de entender?

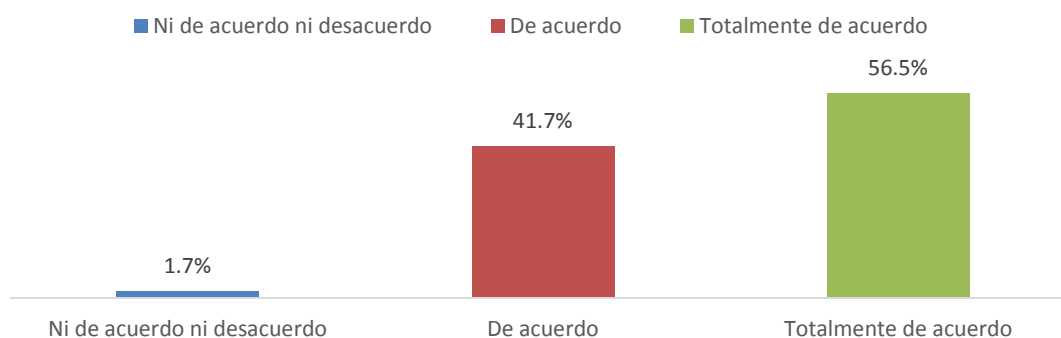


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 55.7% están totalmente de acuerdo, el 40% están de acuerdo, mientras el 4.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 6: Gráfico de barras del ítem 6

¿Crees que las redes sociales son fundamentales para dar a conocer este tema?

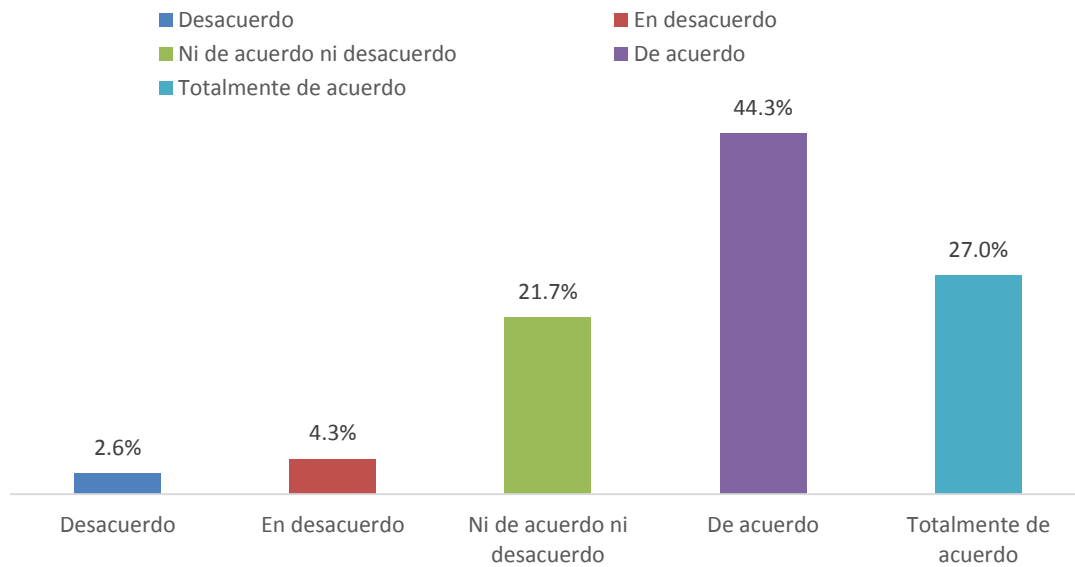


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 56.5% están Totalmente de acuerdo, el 41.7% están de acuerdo, mientras el 1.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 7: Gráfico de barras del ítem 7

¿Las piezas gráficas te causo Susceptibilidad?

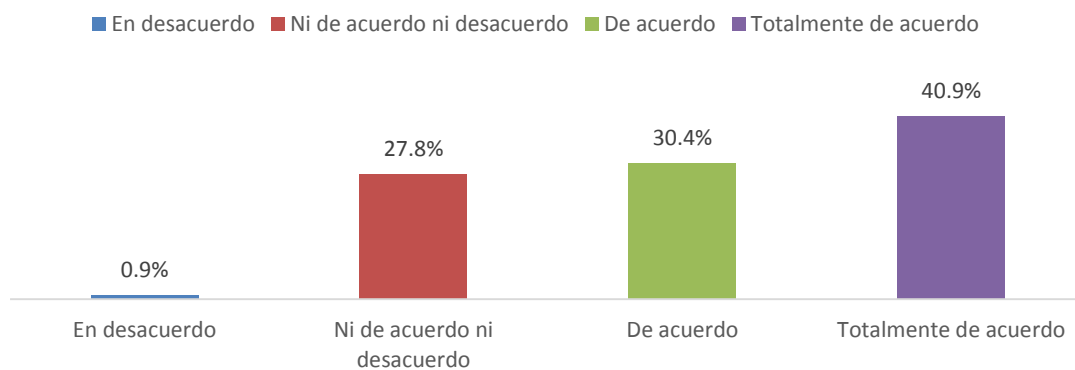


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 44.3% están de acuerdo, el 27% totalmente están de acuerdo, similar al 21.7% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 4.3% en desacuerdo y el 2.6% está en desacuerdo.

Figura 8: Gráfico de barras del ítem 8

¿Las piezas gráficas (afiches y volantes) te informo claramente sobre Esquizofrenia?

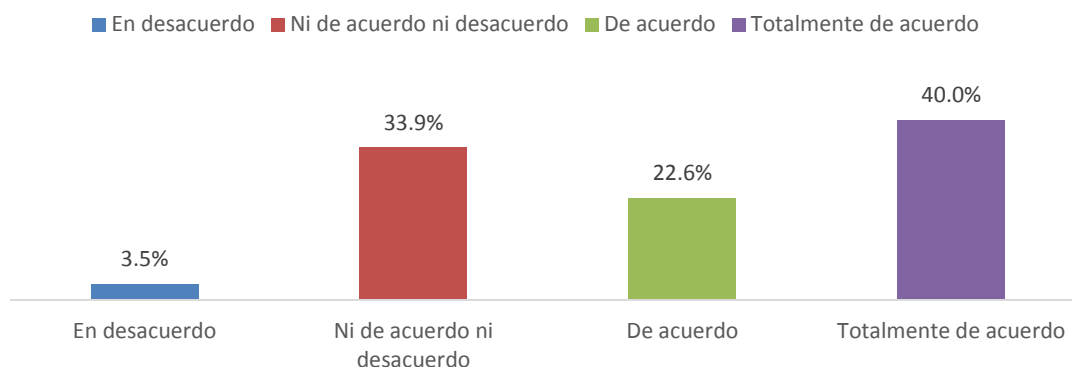


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 40.9% están de acuerdo, el 30.4% está de acuerdo, mientras el 27.8% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.9% está en desacuerdo

Figura 9: Gráfico de barras del ítem 9

¿Quedaste conforme con la información de las piezas gráficas (afiches y volantes) sobre Trastorno de ansiedad compulsiva?

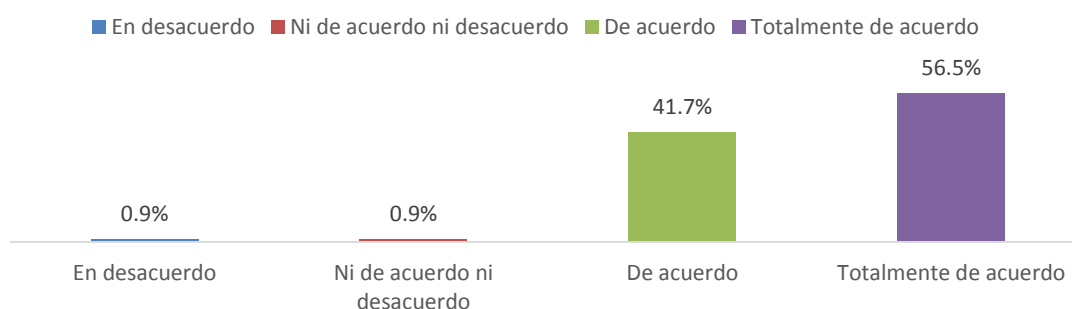


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico obtenido sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 40% están totalmente de acuerdo, el 33.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 22.6% está en desacuerdo, el 3.5% está en en desacuerdo.

Figura 10: Gráfico de barras del ítem 10

¿La información dentro de las piezas gráficas (afiches y volantes) te ayudó a entender cuán importante es saber sobre tus Emociones?

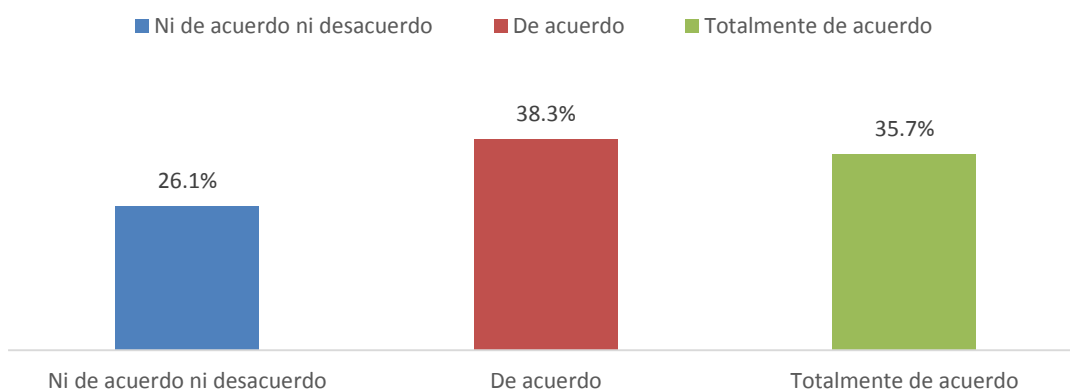


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 26 estudiantes, el 56.5% está totalmente de acuerdo de acuerdo, el 41.7% está de acuerdo, mientras el 0.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo.

Figura 11: Gráfico de barras del ítem 11

¿Considera que su actitud ha cambiado a través de la concientización de la campaña sobre la Salud Mental?

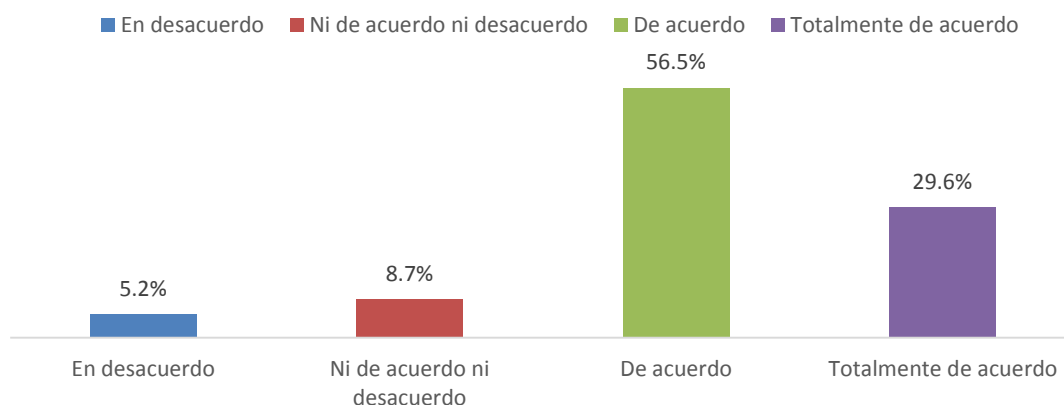


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 38.3% están de acuerdo, el 35.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 26.1% está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 12: Gráfico de barras del ítem 12

¿Considera que las personas perciben con indiferencia el tema de Salud Mental, ya que no lo consideran como enfermedad?

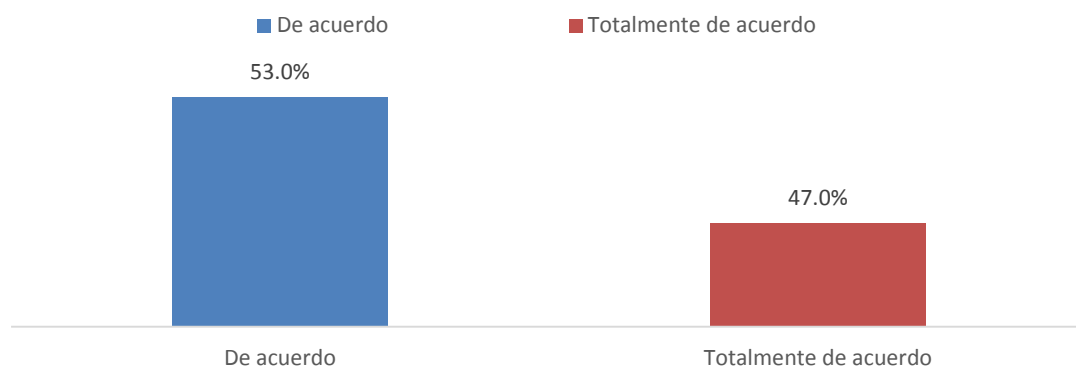


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 56.5% están de acuerdo, el 29.6% está totalmente de acuerdo, mientras el 8.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y 5.2% están en desacuerdo.

Figura 13: Gráfico de barras del ítem 13

¿La familia es un factor de apoyo muy importante para afrontar una crisis de Ansiedad o Depresión?

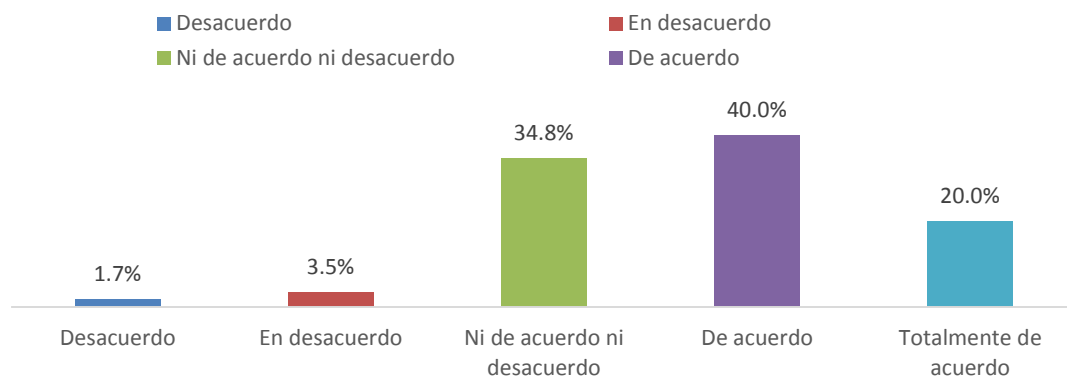


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, En la presente pregunta el 53.0% están de acuerdo y el 47% está totalmente de acuerdo.

Figura 14: Gráfico de barras del ítem 14

¿Considera que sus amistades influyen en su conducta y cambia su comportamiento ante situaciones de alta tensión?

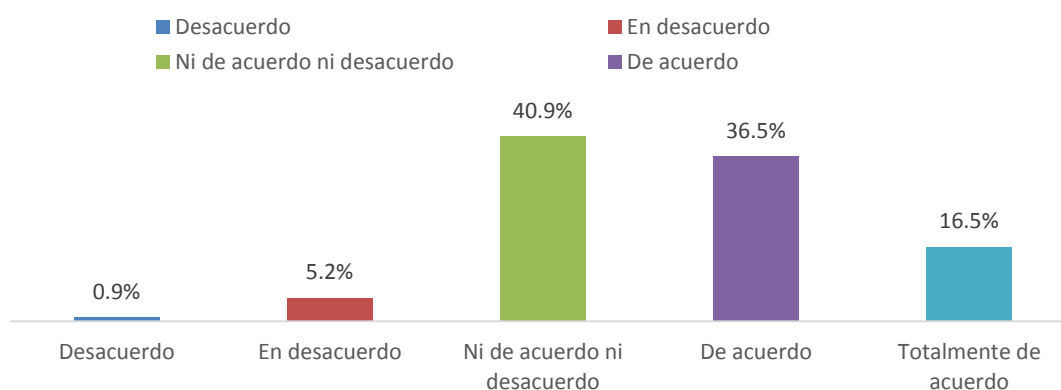


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 40% están de acuerdo, el 34.8% está ni de acuerdo ni desacuerdo, mientras el 20% está totalmente de acuerdo, el 3.5% en desacuerdo y el 1.7% está en desacuerdo.

Figura 15: Gráfico de barras del ítem 15

¿La campaña le ayudado a tener una mayor interacción y con las creencias y conductas compartidas que tienen los adolescentes con las normas de la sociedad?

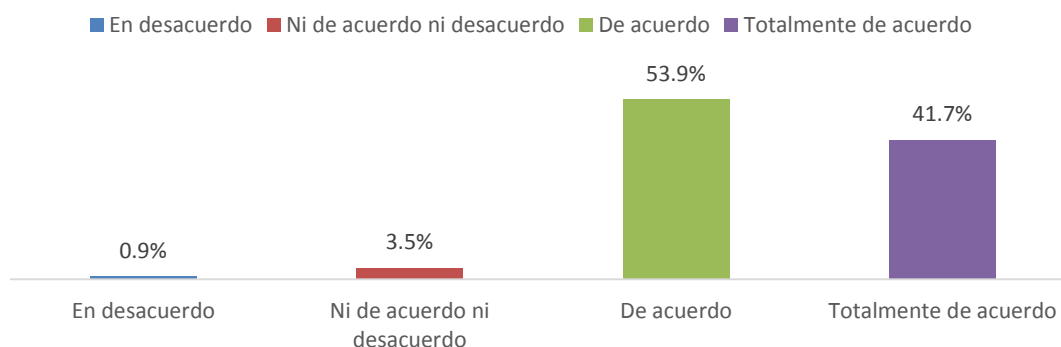


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 40.9% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 36.5% están de acuerdo, mientras el 16.5% está totalmente de acuerdo, el 5.2% totalmente en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo.

Figura 16: Gráfico de barras del ítem 16

¿Consideras que la campaña gráfica te ayudo a entender mejor sobre la Depresión?

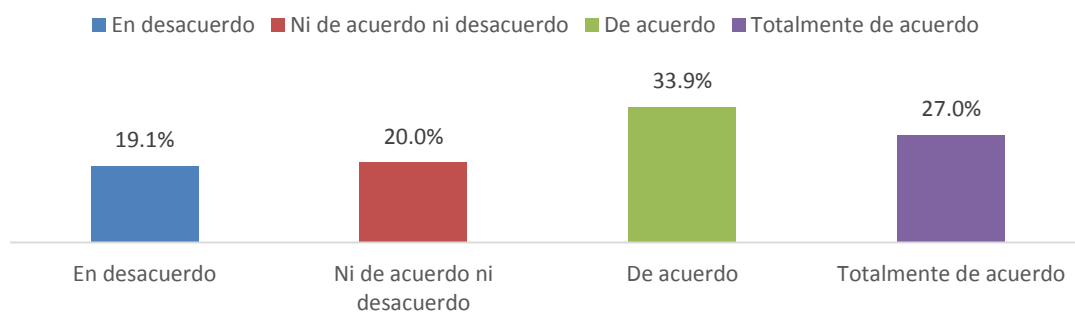


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 58.3% están de acuerdo, el 26.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 12% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.8% está en desacuerdo.

Figura 17: Gráfico de barras del ítem 17

¿Considera la realización de campañas ayudan a detectar y reducir aquellos factores que generan la ansiedad en los adolescentes?

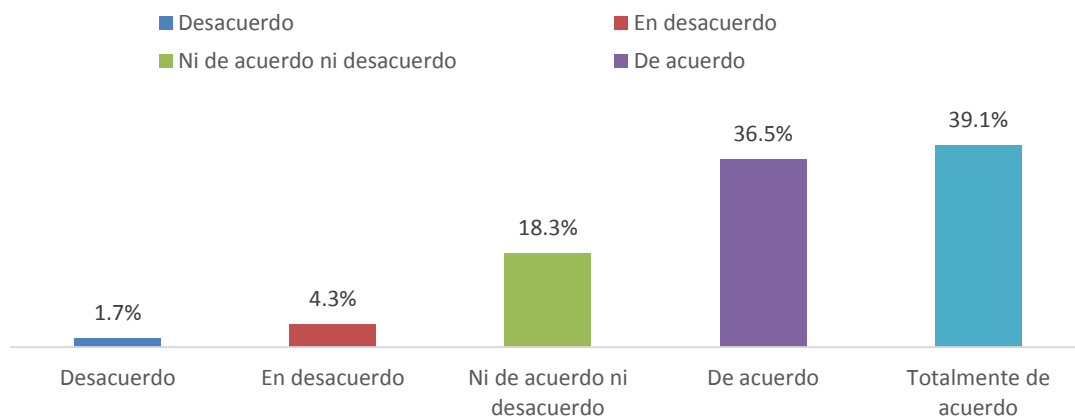


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 54.6% están de acuerdo, el 25.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 16.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.8% está en desacuerdo.

Figura 18: Gráfico de barras del ítem 18

¿La campaña le ayudo a reconocer el riesgo del abuso de sustancias?

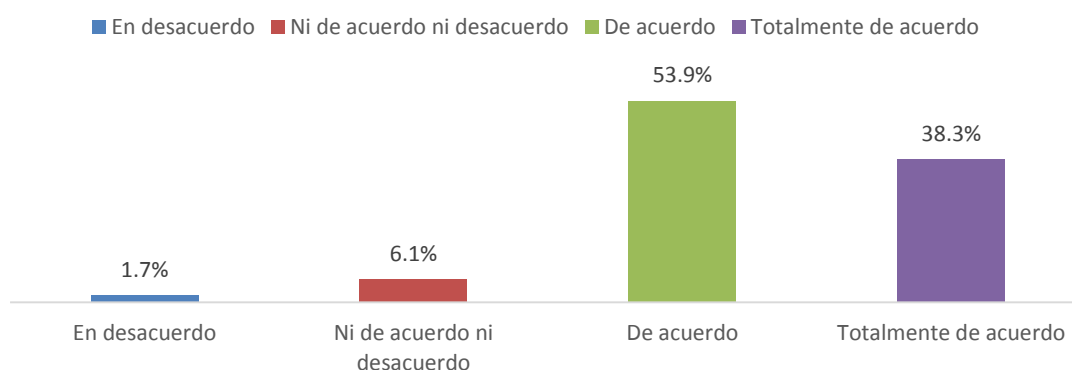


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 39.1% están totalmente de acuerdo, el 36.5% está de acuerdo, mientras el 18.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4.3% está totalmente en desacuerdo y el 1.7% en desacuerdo.

Figura 19: Gráfico de barras del ítem 19

¿Siente que su Autoestima ha mejorado después de la campaña informativa de la Salud Mental?

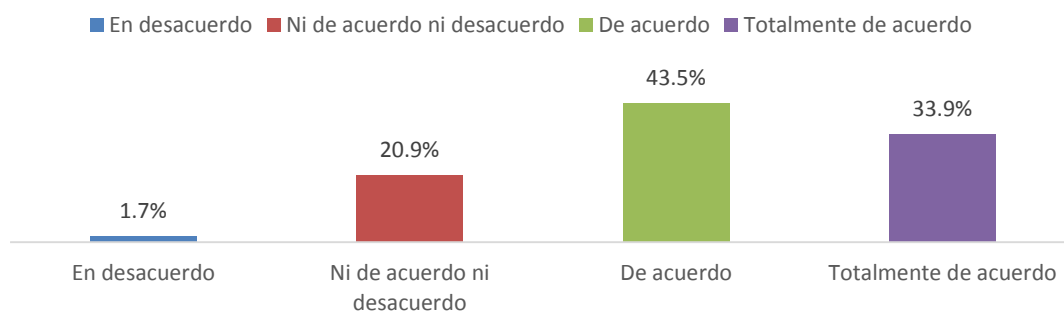


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 53.9% están de acuerdo, el 38.3% está totalmente de acuerdo, mientras el 6.1% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.7% en desacuerdo.

Figura 20: Gráfico de barras del ítem 20

¿La campaña le ha enseñado como utilizar ciertas habilidades para disminuir el grado de Estrés?

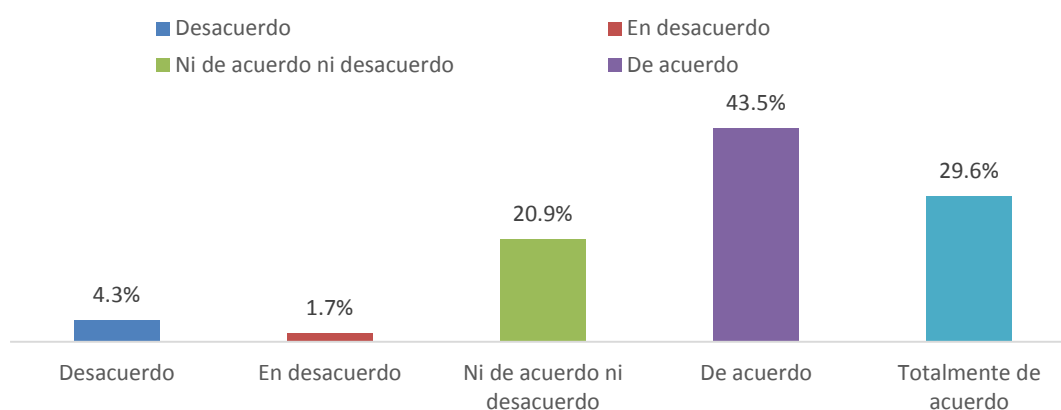


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 43.5% están de acuerdo, el 33.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 20.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.7% está en desacuerdo.

Figura 21: Gráfico de barras del ítem 21

¿Se ha logrado identificar aquellos sentimientos de control que se puede utilizar para mejorar la Salud Mental?

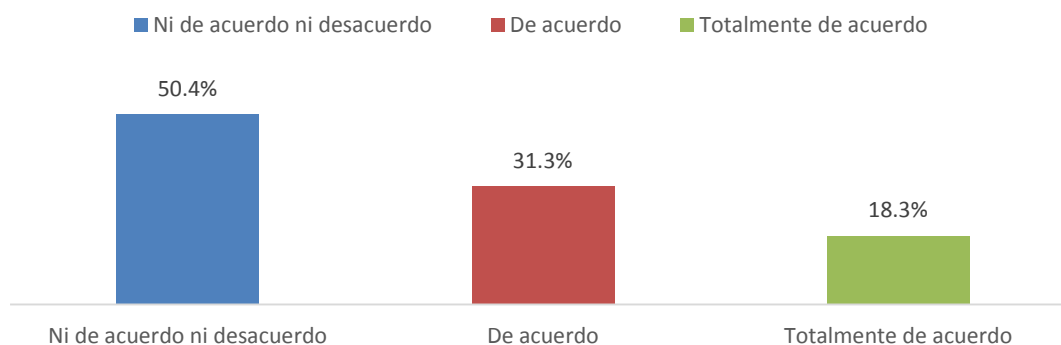


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 43.5% están de acuerdo, el 29.6% está totalmente de acuerdo, mientras el 20.9 está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.7% está en desacuerdo y el 4.3% está en desacuerdo.

Figura 22: Gráfico de barras del ítem 22

¿La campaña de la Salud Metal ha permitido poder diferenciar entre un trastorno Psicológico y un problema emocional?

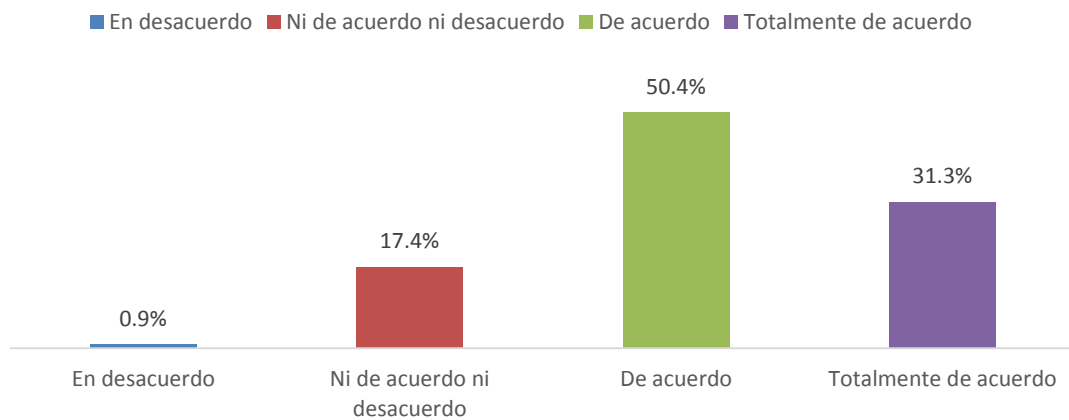


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 50.4% están de ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.3% está de acuerdo, mientras el 18.3% está totalmente de acuerdo.

Figura 23: Gráfico de barras del ítem 23

¿El aumento de la inseguridad económica ha ocasionado un incremento de las enfermedades mentales, como la Depresión?

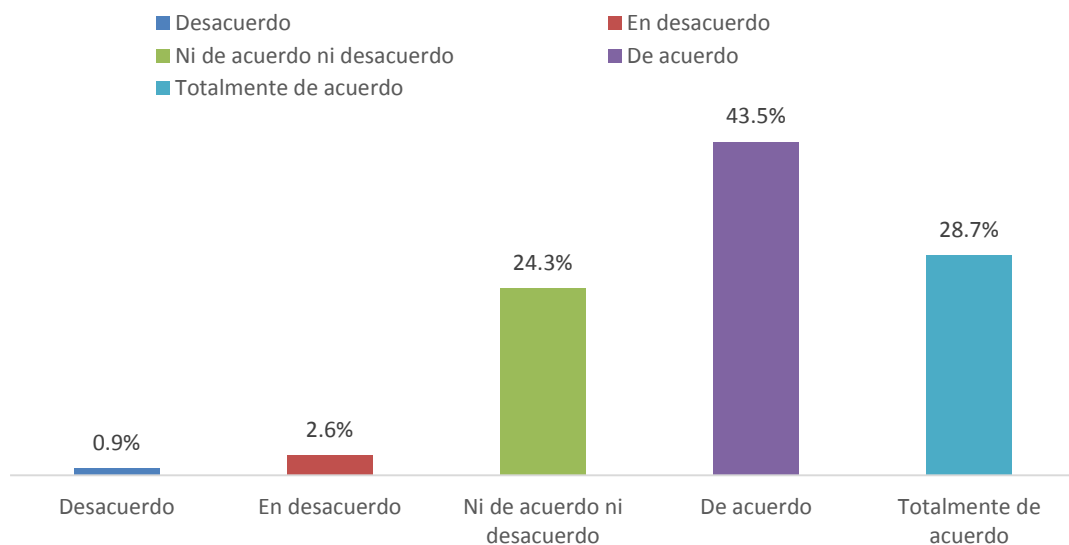


Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el grafico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 50.4% están de acuerdo, el 31.3% está totalmente de acuerdo, mientras el 17.4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo.

Figura 24: Gráfico de barras del ítem 24

¿La campaña de la Salud Mental ha podido reducir el consumo de los adolescentes de sustancias nocivas?



Fuente: Elaboración propia basada en SPSS 25

Interpretación: Con el gráfico y tabla obtenida sobre el cuestionario realizado a 117 estudiantes, el 43.5% están de acuerdo, el 28.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 24.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.6% está en desacuerdo y el 0.9 en desacuerdo.

3.6.2 Análisis Inferencial

Tabla 5: Prueba de Normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Campaña gráfica sobre la salud mental (Agrupada)	,864	117	,000	,275	117	,003
Factores de riesgo sobre la salud mental (Agrupada)	,908	117	,001	,233	117	,000
Factores de protección sobre la salud mental (Agrupada)	,917	117	,002	,195	117	,002
Reducción de la incidencia de los trastornos mentales (Agrupada)	,852	117	,000	,171	117	,002
Conocimiento en los adolescentes (Agrupada)	,845	117	,000	,184	117	,001

Fuente: SPSS 25

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la tabla, se utilizó la prueba de normalidad, según la regla correspondiente de Shapiro-wilk, porque la cantidad de mi muestra es de 117 estudiantes del colegio José de San Martín, Oyón. Dado al nivel de Sig. De los datos de normalidad fue de 0.000, se puede indicar que en base a la regla de decisión cumple con el Valor de $p < 0.05$, lo que respecta la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0), en consecuencia, aceptar la Hipótesis alterna, que significa que la distribución de los datos de la muestra no es normal. Por lo tanto, indica que la prueba no es normal, y la estadística que se utilizará en la constatación de las hipótesis del estudio será mediante el estadígrafo no de la Rho de Spearman.

Hipótesis General:

Hi: Si existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Tabla 6: Hipótesis General

		Correlaciones		Campaña grafica sobre la salud mental (agrupadas)	Conocimiento en adolescentes (agrupadas)
Rho Spearman	de	Campaña grafica sobre salud mental (agrupada)	Coeficiente de correlación Sig.(bilateral)	de 1,000	,579**
			N	117	117
		Conocimiento en los adolescentes (agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	de ,579**	1,00
			N	117	117

Fuente: SPSS 25

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se aprecian, podemos observar que el coeficiente de correlación (Rho Spearman) es 0,579, el cual comparado con la tabla de correlaciones del anexo 4, podemos observar que es una correlación positiva y considerable, así mismo, según el nivel de significancia el cual es menor al 0,005 (Si $p < 0,05$), por regla de decisión se acepta la hipótesis alterna; por lo que concluimos que se ha determinado que existe correlación entre las variables.

Hi: Si existe relación directa y significativa entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Tabla 7: Hipótesis Específica 1

				Correlaciones	
				factores de riesgo sobre la salud mental (Agrupada)	conocimiento en los adolescentes (Agrupada)
Rho de Spearman	de factores de riesgo sobre la salud mental	de	Coeficiente de correlación	1,000	,511**
			Sig. (bilateral)	.	,000
		(Agrupada)	N	117	117
	conocimiento en los adolescentes		Coeficiente de correlación	,511**	1,000
		(Agrupada)	Sig. (bilateral)	,000	.
			N	117	117

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 25

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se aprecian, podemos observar que el coeficiente de correlación (Rho Spearman) es 0,511, el cual comparado con la tabla de correlaciones del anexo 4, podemos observar que es una correlación positiva y considerable, así mismo, según el nivel de significancia el cual es menor al 0,005 (Si $p < 0,05$), por regla de decisión se acepta la hipótesis alterna; por lo que concluimos que se ha determinado que existe correlación entre las dimensiones.

Hi: Si existe relación directa y significativa entre factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Tabla 8: Hipótesis Específica 2

				Correlaciones	
				factores de protección sobre la salud mental (Agrupada)	conocimiento en los adolescentes (Agrupada)
Rho de Spearman	de factores de protección sobre la salud mental (Agrupada)	de	Coeficiente de correlación	1,000	,715**
			Sig. (bilateral)	.	,000
			N	117	117
	conocimiento en los adolescentes (Agrupada)	de	Coeficiente de correlación	,715**	1,000
			Sig. (bilateral)	,000	.
			N	26	26

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: SPSS 25

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se aprecian, podemos observar que el coeficiente de correlación (Rho Spearman) es 0,715, el cual comparado con la tabla de correlaciones del anexo 4, podemos observar que es una correlación positiva y considerable, así mismo, según el nivel de significancia el cual es menor al 0,005 (Si $p < 0,05$), por regla de decisión se acepta la hipótesis alterna; por lo que concluimos que se ha determinado que existe correlación entre las dimensiones.

Hi: Si existe relación directa y significativa entre reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Ho: No existe relación directa y significativa entre reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021

Tabla 9: Hipótesis Específica 3

			Reducción de la incidencia de los trastornos mentales (Agrupada)	Conocimiento en adolescentes (Agrupada)
Rho de Spearman	Reducción de la incidencia de los trastornos mentales (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig.(bilateral) N	1,000 . 117	,548** ,003 117
	Conocimiento en adolescentes (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig.(bilateral) N	,548** ,003 117	1,000 . 117

Fuente: SPSS 25

Interpretación: De acuerdo a los resultados que se aprecian, podemos observar que el coeficiente de correlación (Rho Spearman) es 0,548, el cual comparado con la tabla de correlaciones del anexo 4, podemos observar que es una correlación positiva y considerable, así mismo, según el nivel de significancia el cual es menor al 0,005 (Si $p < 0,05$), por regla de decisión se acepta la hipótesis alterna; por lo que concluimos que se ha determinado que existe correlación entre las dimensiones.

3.7. Aspectos Éticos

La presente investigación en cuanto a los aspectos éticos, muestra respeto por el cumplimiento de las normas APA 2020, en donde se ha citado y referenciado cada uno de los autores que se empleó en la presente investigación, evitando posibles plagios que llegan a afectar la investigación, así mismo los datos no

fueron manipulados sino se trabajaron en base a una base de datos existente en donde se ha desarrollado un cuestionario para analizar la problemática, en donde ha sido validado por tres expertos que son de la misma carrera.

IV. Resultados

A continuación, se analizarán los resultados del análisis descriptivo e inferencial, el cual se llegó a recolectar la información de 117 adolescentes comprendidos entre la edad de 13 a 17 años que sean estudiantes de la IE. José de San Martín, Oyón 2021.

4.1. Resultados descriptivos.

Ítem 1: Las imágenes usadas en la campaña gráfica te ayudaron a entender mejor

En relación al tema el 48.7% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 45.2% están totalmente de acuerdo y el 6.1% está en de acuerdo, por lo que podemos observar que las imágenes usadas. Debido a la crisis sanitaria muchas adolescentes han sufrido del incremento de enfermedades mentales que pos su desconocimiento han generado en ellos que este tipo de enfermedades dañe más sus emociones, por lo que a través de diseño de una campaña gráfica se busca lograr captar la atención de sus estudiantes y brindarles conocimientos de las enfermedades de salud mental y cuáles son los pasos para tratarlas.

Ítem 2: La tipografía te ayudo a identificar mejor el tema de Salud Mental.

En la presente pregunta el 33.9% está totalmente de acuerdo, el 30.4% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 20% está de acuerdo, el 10.4% en desacuerdo y el 5.2% está en desacuerdo. En nuestra era tecnológica el diseño de la tipografía es importantes para llevar a cabo las campañas digitales a otro nivel empleando un lenguaje claro y conciso.

Ítem 3: El mensaje de la campaña gráfica estuvo sencillo de entender

En la presente pregunta el 40.9% está totalmente de acuerdo, el 23.5% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 20.9% está de acuerdo, el 10.4% en desacuerdo y el 4.3% está en desacuerdo. Para un buen porcentaje de los

estudiantes ha podido captar el mensaje de la campaña grafica el cual ha podido ser claro y entendible.

Ítem 4: Los volantes te ayudaron a entender mejor sobre Salud Mental.

En la presente pregunta el 34.8% está totalmente de acuerdo, el 21.7% están de acuerdo, similar al 21.7% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 12.2% en desacuerdo y el 9.6% está en desacuerdo. Demuestra que hay un mejor entendimiento de la información de las causas y síntomas de las enfermedades de la salud mental, por lo que los volantes han ayudado a que los estudiantes tengan un mejor conocimiento.

Ítem 5: Consideras que las informaciones de los afiches fueron fáciles de entender

En la presente pregunta el 55.7% están totalmente de acuerdo, el 40% están de acuerdo, mientras el 4.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que los afiches ayudaron a que los jóvenes estudiantes puedan tener un mejor conocimiento de forma sencilla de las enfermedades de salud mentales, los cuales a su vez debido a sus colores han captado de una mejor manera la atención de los estudiantes.

Ítem 6 Crees que las redes sociales son fundamentales para dar a conocer este tema.

En la presente pregunta el 56.5% están Totalmente de acuerdo, el 41.7% están de acuerdo, mientras el 1.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. La COVID ha logrado la aceleración del manejo de los estudiantes de canales digitales como las redes sociales, por lo que son consideradas como su principal herramienta de información, es debido a ello que en la actualidad es importante la realización de una campaña grafica a través del manejo de estos canales digitales.

Ítem 7 Las piezas gráficas te causo Susceptibilidad

En la presente pregunta el 44.3% están de acuerdo, el 27% totalmente están de acuerdo, similar al 21.7% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 4.3% en desacuerdo y el 2.6% está en desacuerdo. Por lo que podemos observar es que la piezas graficas han captado la atención de los estudiantes y una fácil visualización del mensaje de información que se quiere implementar.

.

Ítem 8 Las piezas gráficas (afiches y volantes) te informo claramente sobre Esquizofrenia

En la presente pregunta, el 40.9% están de acuerdo, el 30.4% está de acuerdo, mientras el 27.8% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.9% está en desacuerdo, este método les permite a los colegios a mantener una constante comunicaciones con los estudiantes, ya que es una manera más efectiva de poder transmitir el mensaje, y poder analizar la percepción de los estudiantes.

Ítem 9 Quedaste conforme con la información de las piezas gráficas (afiches y volantes) sobre Trastorno de ansiedad compulsiva.

En la presente pregunta el 40% están totalmente de acuerdo, el 33.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 22.6% está en desacuerdo, el 3.5% está en desacuerdo. Los resultados demuestran que los jóvenes entre las edades de 13 a 18 años le impacto las imágenes y el logotipo de la letra con el mensaje del trastorno de ansiedad compulsiva, por lo que podemos concluir que la visibilidad de las piezas gráficas causo un impacto en los jóvenes.

Ítem 10 La información dentro de las piezas gráficas (afiches y volantes) te ayudó a entender cuán importante es saber sobre tus Emociones

En la presente pregunta el 56.5% está totalmente de acuerdo de acuerdo, el 41.7% está de acuerdo, mientras el 0.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo, el desarrollo de afiches y volantes online se ha convertido en un potencial canal, donde se puede desarrollar una campaña gráfica masificada en donde los jóvenes interactúan a través de sus redes sociales, a su vez ofrece mayor flexibilidad de formatos de anuncios.

Ítem 11 Considera que su actitud ha cambiado a través de la concientización de la campaña sobre la Salud Mental.

En la presente pregunta el 38.3% están de acuerdo, el 35.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 26.1% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el desarrollo de la campaña gráfica a través de los medios digitales les permitió una mejor interacción con los jóvenes estudiantes así como una mejor accesibilidad a la campaña, permitiendo que se logre concientizar a los jóvenes sobre las enfermedades mentales.

Ítem 12 Considera que las personas perciben con indiferencia el tema de Salud Mental, ya que no lo consideran como enfermedad.

En la presente pregunta el 56.5% están de acuerdo, el 29.6% está totalmente de acuerdo, mientras el 8.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y 5.2% están en desacuerdo, esto nos refleja que existe un alto nivel de indiferencia del tema de las enfermedades de salud mental en los jóvenes, por lo que no existe un conocimiento adecuado de cómo mejorarlo por lo cual la información debe ser fácil de comprender para los jóvenes estudiantes.

Ítem 13 La familia es un factor de apoyo muy importante para afrontar una crisis de Ansiedad o Depresión

En la presente pregunta el 53.0% están de acuerdo y el 47% está totalmente de acuerdo, de esta pregunta podemos observar que es muy importante el apoyo familiar para poder superar cualquier tipo de enfermedad de salud mental, por lo que es importante también direccionar las campañas a los padres para que sirvan de apoyo y de orientación de qué manera se puede ayudar a los estudiantes.

Ítem 14 Considera que sus amistades influyen en su conducta y cambia su comportamiento ante situaciones de alta tensión

En la presente pregunta el 40% están de acuerdo, el 34.8% está ni de acuerdo ni desacuerdo, mientras el 20% está totalmente de acuerdo, el 3.5% en desacuerdo y el 1.7% está en desacuerdo, De esta pregunta podemos decir que el avance de las herramientas digitales y las redes sociales ha generado que las amistades a través de estos canales influyan de manera negativa por lo general en la conducta y el comportamiento de los estudiantes debido a que no pueden observar quien les aconseja y que por lo general son jóvenes con los mismos problemas que ellos.

Ítem 15 La campaña le ayudado a tener una mayor interacción y con las creencias y conductas compartidas que tienen los adolescentes con las normas de la sociedad.

En la presente pregunta el 40.9% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 36.5% están de acuerdo, mientras el 16.5% está totalmente de acuerdo, el 5.2% totalmente en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo, elegir los colores que

llevara la página web les permite transmitir a las marcas su mensaje para los consumidores y a su vez lograr el equilibrio de los valores que representa la marca ,apoyándose en una gama cromática, el contraste que podamos emplear ayuda a resaltar textos o imágenes del resto de los elementos que lo conforman la página.

Ítem 16 Consideras que la campaña gráfica te ayudo a entender mejor sobre la Depresión

En la presente pregunta el 58.3% están de acuerdo, el 26.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 12% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.8% está en desacuerdo. De esta pregunta podemos decir que la campaña grafica proporcionó a los alumnos, acceder a la información que contiene de una manera interactiva, sobre la depresión, de qué manera enfrentarla a quien acudir y a que canales pueden los alumnos pedir información y ayuda si fuera necesaria.

Ítem 17 Considera la realización de campañas ayudan a detectar y reducir aquellos factores que generan la ansiedad en los adolescentes.

En la presente pregunta el 54.6% están de acuerdo, el 25.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 16.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.8% está en desacuerdo. De esta pregunta podemos decir que se ha podido observar que los anuncios en las plataformas digitales les permiten a los estudiantes optimizar esfuerzos para comunicar un mensaje breve, en donde se logre captar su atención y de esta manera se ha logrado captar la realización de campañas gráficas que ayudan a detectar y reducir aquellos factores que generan la ansiedad en los adolescentes

Ítem 18 La campaña le ayudo a reconocer el riesgo del abuso de sustancias

En la presente pregunta el 39.1% están totalmente de acuerdo, el 36.5% está de acuerdo, mientras el 18.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4.3% está totalmente en desacuerdo y el 1.7% en desacuerdo. De esta pregunta podemos decir que el target o público objetivo que se destinó la campaña evidenció un mayor reconocimiento del riesgo del abuso de sustancias, el cual genera trastornos sociales y de comportamiento en las enfermedades mentales, ocasionado por la depresión, violencia en los hogares o la mala alimentación.

Ítem 19 Siente que su Autoestima ha mejorado después de la campaña informativa de la Salud Mental

En la presente pregunta el 53.9% están de acuerdo, el 38.3% está totalmente de acuerdo, mientras el 6.1% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.7% en desacuerdo, Los resultados de la pregunta llegan a evidenciar que, debido a las medidas restrictivas de salidas de los jóvenes menores de 18 años por el COVID, ha ocasionado bajos niveles de autoestima por lo que a través de esta campaña informativa se logró mejorar la autoestima, ganando confianza, proponiéndose reconocer sus habilidades valorándose positivamente

Ítem 20 La campaña le ha enseñado como utilizar ciertas habilidades para disminuir el grado de Estrés.

En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 33.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 20.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.7% está en desacuerdo, los resultados de la pregunta llegan evidenciar como se parecía en la pregunta es importante enseñar a los jóvenes estudiantes como utilizar ciertas habilidades para poder cambiar las conductas y disminuir el nivel de estrés en los adolescentes.

Ítem 21 Se ha logrado identificar aquellos sentimientos de control que se puede utilizar para mejorar la Salud Mental

En la pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 29.6% está totalmente de acuerdo, mientras el 20.9 está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.7% está en desacuerdo y el 4.3% está en desacuerdo. A través de la siguiente pregunta se puede observar que a través de la campaña se ha podido lograr identificar aquellos sentimientos de control dentro de una campaña grafica

Ítem 22. La campaña de la Salud Metal ha permitido poder diferenciar entre un trastorno Psicológico y un problema emocional

En la pregunta el 50.4% están de ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.3% está de acuerdo, mientras el 18.3% está totalmente de acuerdo. A través de la siguiente pregunta se puede observar que a través de la campaña se ha podido diferenciar entre unos trastornos psicológicos y un problema emocional.

Ítem 23 El aumento de la inseguridad económica ha ocasionado un incremento de las enfermedades mentales, como la Depresión

En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 28.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 50.4% están de acuerdo, el 31.3% está totalmente de

acuerdo, mientras el 17.4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo. Por lo que se observa a través de la pregunta jóvenes adolescentes entre las edades 13 a 16 años que existe un aumento de las enfermedades mentales debido a la inseguridad económica que ha dejado la pandemia en muchos hogares, ocasionando depresión en estos jóvenes, por que sienten que forman parte de la culpa, debido a sus problemas familiares y a las restricciones de salida y nuevas normas de convivencia.

Ítem 24. La campaña de la Salud Mental ha podido reducir el consumo de los adolescentes de sustancias nocivas

En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 28.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 24.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.6% está en desacuerdo y el 0.9 en desacuerdo, por lo que podemos observar que la campaña de la salud mental ayudado a reducir el consumo de sustancias nocivas, de acuerdo a las consecuencias que puede traer a sus salud.

4.2 Resultados Análisis Inferencial

Resultado general:

Para componer la contrariedad de las hipótesis, en esta parte de la investigación se exhiben los resultados del análisis inferencial y están expuestos, en los que se precisa los nexos de las variables y las dimensiones obteniendo como resultado 0,579 entre la campaña gráfica sobre la salud mental y el conocimiento de los adolescentes.

Sin embargo, para llevar a cabo esta desemejanza, la normalidad de los valores de las reseñas se dispone por primera vez, donde si el grado de la prueba era menor o igual a 0.5, se aplicaría un estudio no paramétrico y, de lo contrario, se dictaminaría por la prueba paramétrica. Conociendo esto, se realizó la prueba de Kolmogorov Smirnov, ya que la muestra de la investigación es mayor que 50 personas, y como el nivel de significación fue de 0,000 menor de 0.05, se procedió a emplear una prueba no paramétrica y manejando el Rho de Spearman para la manifestación y comparación de las hipótesis. Hernández et al. (2014, p.320), nos alude que el Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que se maneja para poder establecer la correlación entre las

variables cualitativas y además se efectúa la prueba de las hipótesis elevadas, decretando la correlación entre dos categorías nominales (PP. 318-319).

Resultado específico 1:

Contemplando la tabla anterior, se obtiene del SPSS el valor de la significancia que es $0,000 < 0,05$; lo que representa que se admite la hipótesis de la investigación y se prescinde la hipótesis nula, por lo tanto, se ratifica que sí existe correlación entre la dimensión factores de riesgos y la variable conocimiento de los adolescentes.

Según los resultados que se observan en la tabla anterior, el valor de Spearman nos presenta un 0,511 de correlación, lo cual considerando los niveles de correlación de Hernández et al. (2014, p.320), podemos decir que existe una correlación positiva alta entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Resultado específico 2:

Observando la tabla anterior, se obtiene del SPSS el valor de la significancia que es $0,000 < 0,05$; lo que significa que se acepta la hipótesis de la investigación y se descarta la hipótesis nula, por lo tanto, se afirma que sí existe relación.

Según los resultados que se observan en la tabla anterior, el valor de Spearman nos presenta un 0,715 de correlación, lo cual considerando los niveles de correlación de Hernández et al. (2014, p.320), existe una correlación media los entre los Factores de protección sobre la salud mental y los conocimientos de los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

Resultado específico 3:

Observando la tabla anterior, se obtiene del SPSS el valor de la significancia que es $0,000 < 0,05$; lo que significa que se acepta la hipótesis de la investigación y se descarta la hipótesis nula, por lo tanto, se afirma que sí existe correlación positiva. Según los resultados que se observan en la tabla anterior, el valor de Spearman nos presenta un 0,548 de correlación, lo cual considerando los niveles de correlación de Hernández et al. (2014, p.320), podemos decir que existe una correlación positiva alta entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y los conocimientos de los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.

V. DISCUSION

En este capítulo vamos a confrontar los resultados obtenidos con los resultados de nuestros antecedentes.

5.1. Discusión descriptiva

Ítem 1: Las imágenes usadas en la campaña gráfica te ayudaron a entender mejor el tema

Como se apreció en el gráfico 1, ítem uno, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes de la institución educativa el 48.7% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 45.2% están totalmente de acuerdo y el 6.1% está en de acuerdo, coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 16 años. Estos resultados nos reflejan que a través del diseño de una campaña gráfica se logra captar la atención de los estudiantes, brindándoles conocimientos de las enfermedades de salud mental y cuáles son los pasos para tratarlas, ya que debido a la crisis sanitaria muchas adolescentes han sufrido del incremento de enfermedades mentales que por su desconocimiento ha logrado dañar la autoestima, generando sentimientos de culpa, pérdida de confianza e ideación de muerte. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Pace, Kami, Founier, & Eaglin (2016), tuvieron como objetivo analizar el impacto de una campaña gráfica para mejorar la salud mental en los estudiantes universitarios del primer año, los resultados demostraron que solo el 17.8% tenían conocimientos de problemas considerados que dañan la salud mental, entre ellos el estrés, el resto lo dividió en enfermedades como síndrome de Down, locura entre otros, demostrando su poco conocimiento y el manejo de técnica para controlar su conducta. Conclusión; Es importante adaptar los mensajes a través de una campaña a los estudiantes, aumentando conciencia sobre los problemas de salud mental; Así mismo coincide con la teoría del marketing relacional de Gummesson, Rawal y Gronroos (1978), y las teorías cognitivas de la depresión, en donde se manifiesta que los adolescentes son aquellos que presentan rasgos de temperamento con afectividad negativa y una inestabilidad emocional, baja autoestima y una autoeficacia Beck y Seligman (2012, p.121) y con la definición de uno de los autores más representativos de la definición de Stanton, Etzel y Bruce (2013

p.13), La campaña grafica es la coordinación de diferentes estrategias de promoción, diseñada en alcanzar una meta, por lo que es importante tener una buena idea y del concepto lo que se desea transmitir, que medios se emplearan, cuales son las formas adecuadas, cuanto tipo durara, que medidas de control se va a emplear y cuanto es el presupuesto asignado con el que se va a trabajar. Ante los resultados podemos decir que la implementación de la campaña gráfica de la salud mental, permite que el público (los estudiantes), puedan pedir ayuda profesional si en caso lo necesitaran, comunicándose con sus profesores. Así mismo se logra reforzar la labor de prevención de las enfermedades de salud mental, buscando informar a los alumnos que se debe hacer y a quien se debe acudir si se presenta algunas de estas enfermedades.

Ítem 2: La tipografía te ayudo a identificar mejor el tema de Salud Mental

Como se apreció en el grafico 2, del segundo ítem, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes de la institución educativa, el 33.9% está totalmente de acuerdo, el 30.4% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 20% está de acuerdo, el 10.4% en desacuerdo y el 5.2% está en desacuerdo. Estos resultados nos evidencian que los jóvenes estudiantes han logrado percibir el diseño de cada uno de los elementos de la campaña, cautivándose visualmente debido a la composición de títulos y subtítulos que tienen relación con el tamaño de las imágenes. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Sánchez, Huamán y Baca (2015), el objetivo de la investigación fue desarrollar una Campaña Grafica para optimizar el conocimiento sobre la prevención del cáncer de MAMA., los resultados demostraron luego de la implementación de una campaña grafica se ha podido establecer que un 75% de aprobación en base a los datos obtenidos por la encuesta realizad, donde el 60% que las gráficas de afiches y trípticos han sido de gran importancia. Ante los resultados podemos decir la campaña informativa ha logrado captar la atención de los alumnos a través de los colores y diseño de cada una de las imágenes y letras, demostrando un alto índice de atención de visualización en los alumnos

Ítem 3: El mensaje de la campaña gráfica estuvo sencillo de entender

Como se aprecia en el gráfico 3 del tercer ítem, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes, el 40.9% está totalmente de acuerdo, el 23.5% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 20.9% está de acuerdo, el 10.4% en desacuerdo y el 4.3% está en desacuerdo. Esto demuestra que un buen porcentaje de los estudiantes ha podido captar el mensaje de la campaña gráfica el cual ha logrado ser claro y entendible por los estudiantes que tuvieron mayor preponderancia en el resultado en los estudiantes entre las edades 14 a 16 años. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Coincidentemente Sánchez, Guillermo, Buitrago (2019), tuvieron como objetivo llegar a describir el estado de la salud mental de adolescentes en base a los factores sociodemográficos y de su entorno, en donde los resultados demostraron que el 4.7% se producen los trastornos mentales por el uso de sustancia, el 24.4% presentan un trastorno mental el 6.8%, trastorno por estrés, 5% por depresión donde el 15% ha pensado en suicidarse. Ante los resultados podemos decir que se logró incrementar la conciencia sobre la importancia de la salud mental en los adolescentes, buscando poner en marcha medidas para promocionar la salud, a través de una campaña informativa y reduciendo los factores de riesgos suicidas durante su año escolar.

Ítem 4: Los volantes te ayudaron a entender mejor sobre Salud Mental.

Como se aprecia en el gráfico 4 del cuarto ítem, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes, el 34.8% está totalmente de acuerdo, el 21.7% están de acuerdo, similar al 21.7% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 12.2% en desacuerdo y el 9.6% está en desacuerdo. Demuestra que hay un mejor entendimiento de la información de las causas y síntomas de las enfermedades de la salud mental, a través de los volantes que han ayudado a que los estudiantes tengan un mejor conocimiento. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 25 a 45 años. Esto nos evidencia que los jóvenes buscan la información de un producto a través del diseño de una página web, por lo que lo consideran importante que las empresas tengan una página web, donde puedan ver las características del producto e interactuar para realizar una compra online, ya que debido a que manejen con mayor facilidad los canales de pago y las redes sociales. Dados los hallazgos

encontrados coincidentemente con Huamán y Sánchez (2015), el objetivo de la investigación fue desarrollar una Campaña Grafica para optimizar el conocimiento sobre la prevención del cáncer de MAMA, en donde los resultados demostraron que la implementación de una campaña grafica se ha podido establecer que un 75% de aprobación en base a los datos obtenidos por la encuesta realizad, donde el 60% que las gráficas de afiches y trípticos han sido de gran importancia, ya que se ha demostrado un alto índice de confiabilidad. Siendo estos los que ha generado una mayor captación por las personas.

Ítem 5: Consideras que las informaciones de los afiches fueron fáciles de entender

Como se aprecia en el grafico 5 del quinto ítem, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; el 55.7% están totalmente de acuerdo, el 40% están de acuerdo, mientras el 4.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que los afiches ayudaron a que los jóvenes estudiantes puedan tener un mejor conocimiento de forma sencilla de las enfermedades de salud mentales, los cuales a su vez debido a sus colores han captado de una mejor manera la atención de los estudiantes. Coincidentemente los jóvenes entre las edades de 14 a 17 años han logrado captar de mejor manera la información de los afiches. Bunge, Maglio, Carrea, & Entenberg (2016), los autores en su artículo manifestaron como objetivo analizar la relación entre la satisfacción y el tipo de servicio de salud mental para niños y adolescentes, conociendo el grado de satisfacción, los resultados demostraron que un 68% de los pacientes manifestaron que pudieron informarse más a través de los afiches expuestos sobre las enfermedades de salud mental en niños. Concluyendo que la evaluación de la satisfacción de los usuarios en servicios de salud mental es de buena calidad, ya que mejoran su capacidad cognitiva-de la conducta de la salud mental de niños y adolescentes. Ante los resultados podemos decir que se logró entender el mensaje de la campaña grafica de la salud mental, en los adolescentes.

Ítem 6. Crees que las redes sociales son fundamentales para dar a conocer este tema

Como se aprecia en el grafico 6 del sexto ítem, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; la presente pregunta el 38.9% de los encuestados están de acuerdo, el 39.8% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 16.7% están en

desacuerdo, el 4.6% están Totalmente en desacuerdo. La COVID ha logrado la aceleración de la utilización de los canales digitales en los adolescentes como las redes sociales, por lo que son consideradas como su principal herramienta de información, es debido a ello que en la actualidad es importante la realización de una campaña grafica a través del manejo de estos canales digitales. Coincidentemente los jóvenes que tuvieron mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 17 años. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Pace, Kami, Founier, & Eaglin (2016), tuvieron como objetivo analizar el impacto de una campaña grafica para mejorar la salud mental en los estudiantes universitarios del primer año, los resultados demostraron que solo el 17.8% tenían conocimientos de problemas considerados que dañan la salud mental, entre ellos el estrés, el resto lo dividió en enfermedades como síndrome de Down, locura entre otros, demostrando su poco conocimiento y el manejo de técnica para controlar su conducta. Conclusión; Es importante adaptar los mensajes a través de una campaña a los estudiantes, aumentando conciencia sobre los problemas de salud mental. Ante los resultados podemos decir que a través del manejo de las redes sociales permite una mejor interacción entre las instituciones y los jóvenes estudiantes ya que son su principal fuente de comunicación entre ellos, debido a la compartición de su información el cual hace que se masifique el mensaje entre sus grupos de amistades.

Ítem 7. Las piezas gráficas te causo Susceptibilidad

Como se aprecia en el grafico 7 del séptimo ítem, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 44.3% están de acuerdo, el 27% totalmente están de acuerdo, similar al 21.7% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 4.3% en desacuerdo y el 2.6% está en desacuerdo. Por lo que podemos observar es que las piezas graficas han captado la atención de los estudiantes y una fácil visualización del mensaje de información que se quiere implementar. Coincidentemente los jóvenes que tuvieron mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 16 a 18 años. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con

Ante los resultados podemos decir que a través del manejo de las piezas gráficas se logró que los estudiantes reflexionaran de la situación emocional y psicológica de los estudiantes, en donde a través del diseño de las imágenes se sintieron identificados.

Ítem 8. Los afiches y volantes te informo claramente sobre Esquizofrenia.

Como se aprecia en el grafico 8, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; el 40.9% están de acuerdo, el 30.4% está de acuerdo, mientras el 27.8% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.9% está en desacuerdo, este método les permite a los colegios a mantener una constante comunicaciones con los estudiantes, ya que es una manera más efectiva de poder transmitir el mensaje, y poder analizar la percepción de los estudiantes. Coincidentemente los jóvenes que tuvieron mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 13 a 18 años. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Bunge, Maglio, Carrea, & Entenberg (2016), los autores en su artículo manifiestaron como objetivo analizar la relación entre la satisfacción y el tipo de servicio de salud mental para niños y adolescentes, conociendo el grado de satisfacción. Resultados; se pudo demostrar que existe una relación positiva, el nivel de satisfacción que llevaron los padres a sus hijos adolescentes se mostraron satisfechos en base al tratamiento psicodinámico, se empleó para ello un cuestionario. Conclusión: La evaluación de la satisfacción de los usuarios en servicios de salud mental es de buena calidad, ya que mejoran su capacidad cognitiva-de la conducta de la salud mental de niños y adolescentes. Ante ello podemos concluir que, dado la coyuntura actual, la reputación online e imagen puede brindarnos un punto diferencial a través de la realización de los afiches y volantes de estos medios digitales les permite incrementar rápidamente la visibilidad, generando una audiencia potencial, a su vez mejora la comunicación entre los estudiantes y la institución permitiendo una interacción dinámica.

Ítem 9 Quedaste conforme con la información de las piezas gráficas (afiches y volantes) sobre Trastorno de ansiedad compulsiva

Como se aprecia en el grafico 9, del cuestionario dirigido a 117 clientes; En la presente pregunta el 40% están totalmente de acuerdo, el 33.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 22.6% está en desacuerdo, el 3.5% está en desacuerdo. Los resultados demuestran que los jóvenes entre las edades de

14 a 17 años le impacto las imágenes y el logotipo de la letra con el mensaje del trastorno de ansiedad compulsiva, por lo que podemos concluir que la visibilidad de las piezas gráficas causó un impacto en los jóvenes. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Vásquez (2019), se tuvo como objetivo analizar la relación entre la Salud Mental y la satisfacción en adolescentes de I.E. Santa Clara. Resultado: el 67.2% entre los jóvenes entre las edades de 17 años muestran signos de problemas en la salud mental, un 50.7% muestran un grado de insatisfacción ya que las campañas que realiza el colegio no son los adecuados. Conclusión: se llegó a encontrar que existe una relación directa entre las variables salud mental y satisfacción en los adolescentes, siendo las enfermedades más recurrentes, ausencia de ansiedad, depresión y disfunción social. Los resultados demuestran que, dado la coyuntura actual, la reputación online puede brindar a los adolescentes un punto diferencial sobre el trastorno de ansiedad compulsiva, donde se puede observar que la calidad y el diseño de sus piezas gráficas como afiches y volantes, han evidenciado una mejor herramienta de concientizar a los alumnos

Ítem 10. La información dentro de las piezas gráficas (afiches y volantes) te ayudó a entender cuán importante es saber sobre tus Emociones

Como se aprecia en el gráfico 10, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 16 años. El 56.5% está totalmente de acuerdo, el 41.7% está de acuerdo, mientras el 0.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo, el desarrollo de afiches y volantes online se ha convertido en un potencial canal, donde se puede desarrollar una campaña gráfica masificada en donde los jóvenes interactúan a través de sus redes sociales, ofreciendo una mayor flexibilidad de formatos de anuncios. Esto nos evidencia que los jóvenes buscan la información a través de herramientas tecnológicas por lo que los organizadores deben de utilizar estos canales para dirigirse ese público juvenil. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Huamán y Baca (2015), el objetivo de la investigación fue desarrollar una Campaña Gráfica para optimizar el conocimiento sobre la prevención del cáncer de MAMA., los resultados demostraron la implementación de una campaña gráfica se ha podido establecer que un 75% de aprobación en

base a los datos obtenidos por la encuesta realizada, donde el 60% que las gráficas de afiches y trípticos han sido de gran importancia, ya que se ha demostrado un alto índice de confiabilidad. Siendo estos los que ha generado una mayor captación por las personas. Ante los resultados podemos decir que a través de las piezas gráficas se logró que los estudiantes reflexionaran de la situación emocional y psicológica de los estudiantes, en donde a través del diseño de las imágenes se sintieron identificados.

Ítem 11. Considera que su actitud ha cambiado a través de la concientización de la campaña sobre la Salud Mental

Como se aprecia en el gráfico 11, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 16 años. El desarrollo de la campaña gráfica a través de los medios digitales les permitió una mejor interacción con los jóvenes estudiantes, así como una mejor accesibilidad a la campaña, permitiendo que se logre concientizar a los jóvenes sobre las enfermedades mentales. Dado los hallazgos encontrados coincidentemente con Bunge, Maglio, Carrea, & Entenberg (2016), los autores en su artículo manifestaron como objetivo analizar la relación entre la satisfacción y el tipo de servicio de salud mental para niños y adolescentes, conociendo el grado de satisfacción. Resultados; se pudo demostrar que existe una relación positiva, el nivel de satisfacción que llevaron los padres a sus hijos adolescentes se mostraron satisfácelo en base al tratamiento psicodinámico, se empleó para ello un cuestionario. Conclusión: La evaluación de la satisfacción de los usuarios en servicios de salud mental es de buena calidad, ya que mejoran su capacidad cognitiva-de la conducta de la salud mental de niños y adolescentes. Ante los resultados podemos decir que la promoción de la campaña gráfica de la salud mental en los adolescentes se debe de realizar a través de las redes sociales, es importante ya que se considera como una estrategia de capacitación, debido a que se considera como un mejor canal de atracción de los jóvenes estudiantes.

Ítem 12 Considera que las personas perciben con indiferencia el tema de Salud Mental, ya que no lo consideran como enfermedad

Como se aprecia en el gráfico 12, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes de la institución; En la presente pregunta el 56.5% están de acuerdo, el 29.6% está totalmente de acuerdo, mientras el 8.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y 5.2% están en desacuerdo; Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 16 años. Esto nos refleja que existe un alto nivel de indiferencia del tema de las enfermedades de salud mental en los jóvenes, por lo que no existe un conocimiento adecuado de cómo mejorarlo por lo cual la información debe ser fácil de comprender para los jóvenes estudiantes. El cual coincide con la investigación de Casañas, Castells, y Lalucat-Jo (2017), tuvieron como objetivo promocionar la salud mental, como medida de prevención de los trastornos mentales buscando erradicar el estigma en adolescentes escolarizados. El 91% les pareció interesante la campaña de prevención de la salud mental el 85%, se encontraba satisfecho y el 78% recomendaría la actividad. Concluyendo que uno de los grandes factores que debe ser importante para desarrollar buenos hábitos o conductas dependía mucho de dos factores el entorno familiar y del amical. Ante los resultados podemos decir que existe una indiferencia de la salud mental en los jóvenes adolescentes, en donde los padres minimizan cada una de las conductas de los jóvenes y en las escuelas no existe un plan de apoyo para aquellos jóvenes que padecen este tipo de enfermedades de salud mental.

Ítem 13 La familia es un factor de apoyo muy importante para afrontar una crisis de Ansiedad o Depresión

Como se aprecia en el gráfico 13, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 53.0% están de acuerdo y el 47% está totalmente de acuerdo, Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 25 a 45 años. De esta pregunta podemos observar que es muy importante el apoyo familiar para poder superar cualquier tipo de enfermedad de salud mental, por lo que es importante también direccionar las campañas a los padres para que sirvan de apoyo y de orientación de qué manera se puede ayudar a los estudiantes. Ante ello podemos observar que existe concordancias con la investigación de Bennetts, Ramos,

Machado y Fores (2018), los resultados demostraron que los adolescentes afrontan más problemas de ansiedad o crisis de depresión debido a la falta del acompañamiento de la familia durante el proceso de percepción de los jóvenes, entrando en conflicto con las reglas, mostrando grandes comportamientos transgresores. Por lo que la fractura de las relaciones familiares genera el aumento de una baja autoestima y un comportamiento antisocial, en donde el 40% de los jóvenes manifestaron que sufrieron de violencia familiar, y un 52% demuestran que consumían drogas y que sus padres no les tomaba importancia. Ante los resultados podemos decir que existe una indiferencia de la salud mental en los padres ya que minimizan cada una de las conductas de los jóvenes que les permita afrontar las crisis de ansiedad y depresión en sus hijos.

Ítem 14 Considera que sus amistades influyen en su conducta y cambia su comportamiento ante situaciones de alta tensión

Como se aprecia en el gráfico 14, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 40% están de acuerdo, el 34.8% está ni de acuerdo ni desacuerdo, mientras el 20% está totalmente de acuerdo, el 3.5% en desacuerdo y el 1.7% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 17 años. De esta pregunta podemos decir que el avance de las herramientas digitales y las redes sociales ha generado que las amistades a través de estos canales influyan de manera negativa por lo general en la conducta y el comportamiento de los estudiantes debido a que no pueden observar quien les aconseja y que por lo general son jóvenes con los mismos problemas que ellos. Coincide con los hallazgos de la investigación de Sánchez, Guillermo, Buitrago (2019), tuvieron como objetivo llegar a describir el estado de la salud mental de adolescentes en base a los factores sociodemográficos y de su entorno, método descriptivo, cuantitativo, se empleó un cuestionario dirigido para un tamaño de muestra de 472 adolescentes jóvenes entre 13 y 28 años en tres ciudades de Colombia. Resultados: el 4.7% se producen los trastornos mentales por el uso de sustancia, el 24.4% presentan un trastorno mental el 6.8%, trastorno por estrés, 5% por depresión donde el 15% ha pensado en suicidarse. Concluyendo que las amistades influyen en la conducta y cambia el comportamiento de los estudiantes ante situaciones de alta tensión, por lo que debe de existir un apoyo

familiar, que es considerado uno de los factores protectores que sirve para reducir los trastornos mentales.

Ítem 15. La campaña le ayudado a tener una mayor interacción y con las creencias y conductas compartidas que tienen los adolescentes con las normas de la sociedad

Como se aprecia en el gráfico 15, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 40.9% están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 36.5% están de acuerdo, mientras el 16.5% está totalmente de acuerdo, el 5.2% totalmente en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 17 años. De esta pregunta podemos decir que elegir los colores que llevara la página web les permite transmitir a las marcas su mensaje para los consumidores y a su vez lograr el equilibrio de los valores que representa la marca, apoyándose en una gama cromática, el contraste que podamos emplear ayuda a resaltar textos o imágenes del resto de los elementos que lo conforman la página.

El cual se coincide con los hallazgos de la investigación de Sánchez, Albpeniz, Paino y Pedrero (2018), tuvieron como objetivo analizar la relación de las dificultades del ajuste emocional y comportamiento en la salud mental de los adolescentes, método cuantitativo, descriptivo transversal, entre los resultados el 7% manifestó tener problemas de salud mental, mientras el 14%, estarían entrando en problemas de salud mental, así mismo se encontró valores importantes en desajustes emocionales y comportamientos, presentando una idea suicida, así como conductas de acoso y el ciberacoso, consumo de sustancias nocivas. Concluyendo que los resultados llegaron a incrementar la conciencia sobre la importancia de la salud mental en los adolescentes, buscando poner en marcha medidas para promocionar la salud, a través de una campaña informativa y reduciendo los factores de riesgos suicidas durante su año escolar.

Ítem 16. Consideras que la campaña gráfica te ayudo a entender mejor sobre la Depresión.

Como se aprecia en el gráfico 15, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 58.3% están de acuerdo, el 26.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 12% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.8% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 17 años. De esta pregunta podemos decir que la campaña gráfica proporcionó a los alumnos, acceder a la información que contiene de una manera interactiva, sobre la depresión, de qué manera enfrentarla a quien acudir y a que canales pueden los alumnos pedir información y ayuda si fuera necesaria.

El cual se coincide con los hallazgos de la investigación de Así mismo Vásquez (2019), se tuvo como objetivo analizar la relación entre la Salud Mental y la satisfacción en adolescentes de I.E. Santa Clara, metodología, transversal prospectivo, de enfoque cuantitativo. Resultado: el 67.2% entre los jóvenes entre las edades de 17 años muestran signos de problemas en la salud mental, un 50.7% muestran un grado insatisfacción ya que las campañas que realiza el colegio no son los adecuados. Conclusión: se llegó a encontrar que existe una relación directa entre las variables salud mental y satisfacción en los adolescentes, siendo las enfermedades más recurrentes, ausencia de ansiedad, depresión y disfunción social. Así mismo se pudo recabar se coincide con la definición de Stanton, Etzel y Bruce (2013 p.13), el cual manifiesta que las campañas gráficas son una disciplina que tienen como objetivo llegar a convencer o persuadir el cambio de una conducta.

Ítem 17. Considera la realización de campañas ayudan a detectar y reducir aquellos factores que generan la ansiedad en los adolescentes

Como se aprecia en el gráfico 15, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 54.6% están de acuerdo, el 25.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 16.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.8% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 17 años. De esta pregunta podemos decir que se ha podido observar que los anuncios en las plataformas digitales les permiten a los estudiantes optimizar esfuerzos para comunicar un mensaje breve, en donde se logre captar su atención y de esta

manera se ha logrado captar la realización de campañas gráficas que ayudan a detectar y reducir aquellos factores que generan la ansiedad en los adolescentes. El cual se coincide con los hallazgos de la investigación de Achín y Chepén, (2016), la investigación tuvo como objetivo desarrollar una campaña grafica publicitaria para promocionar libros enciclopédicos, en los adolescentes del TRENTO. Resultados: luego de haberse implementado una campaña publicitaria, se logró incrementar el nivel de motivación de los jóvenes adolescentes por los libros, las estrategias publicitarias fueron aceptadas de una forma adecuada por lo estudiantes, donde se realizó un Chi-cuadrado para contrastar la hipótesis general, obteniéndose un 0,69 con un valor de significancia de 0.00. Por lo que la influencia es positiva. Concluyendo que a través de una campaña grafica publicitaria se lo promocionar un bien o un servicio, el cual busca captar la atención a través del diseño colores de las figuras.

Ítem 18 La campaña le ayudo a reconocer el riesgo del abuso de sustancias

Como se aprecia en el grafico 18, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 39.1% están totalmente de acuerdo, el 36.5% está de acuerdo, mientras el 18.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4.3% está totalmente en desacuerdo y el 1.7% en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 25 a 45 años. De esta pregunta podemos decir que el target o público objetivo que se destinó la campaña evidenció un mayor reconocimiento del riesgo del abuso de sustancias, el cual genera trastornos sociales y de comportamiento en las enfermedades mentales, ocasionado por la depresión, violencia en los hogares o la mala alimentación.

Coincidentemente guarda relación con la investigación de Vásquez (2019), se tuvo como objetivo analizar la relación entre la Salud Mental y la satisfacción en adolescentes de I.E. Santa Clara, metodología, transversal prospectivo, de enfoque cuantitativo. Resultado: el 67.2% entre los jóvenes entre las edades de 17 años muestran signos de problemas en la salud mental, un 50.7% muestran un grado insatisfacción ya que las campañas que realiza el colegio no son los adecuados. Concluyendo que se llegó a encontrar que existe una relación directa entre las variables salud mental y satisfacción en los adolescentes, siendo las

enfermedades más recurrentes, ausencia de ansiedad, depresión y disfunción social.

Ítem 19 Siente que su Autoestima ha mejorado después de la campaña informativa de la Salud Mental

Como se aprecia en el gráfico 19, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 38.3% está totalmente de acuerdo, mientras el 6.1% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.7% en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 15 a 18 años, Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 13 a 16 años. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Gutiérrez (2018), en la presente investigación se tuvo como objetivo llegar a analizar el impacto de una campaña social sobre la adicción de los videojuegos y el conocimiento de los jóvenes estudiantes, se tuvo como metodología, un diseño no experimental, de correlacional-causal, por lo que es mixta de análisis transversal, se empleó un cuestionario dirigido a 100 estudiantes. Concluyendo que el uso de la intervención de una campaña social tiene una influencia positiva en el conocimiento de los usuarios en relación al tema de la adicción de video juegos

Los resultados de la pregunta llegan a evidenciar que, debido a las medidas restrictivas de salidas de los jóvenes menores de 18 años por el COVID, ha ocasionado bajos niveles de autoestima por lo que a través de esta campaña informativa se logró mejorar la autoestima, ganando confianza, proponiéndose reconocer sus habilidades valorándose positivamente.

Ítem 20. La campaña le ha enseñado como utilizar ciertas habilidades para disminuir el grado de Estrés

Como se aprecia en el gráfico 20, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 33.9% está totalmente de acuerdo, mientras el 20.9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1.7% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 13 a 16 años. A través de la siguiente pregunta se puede observar que a través de la campaña se ha podido diferenciar entre unos trastornos psicológicos y un problema emocional.

Coincidentemente guarda relación con Pereira (2019) mencionó como objetivo llegar a establecer la relación entre la campaña gráfica y la percepción de los adolescentes, del colegio de Villa del Salvador. Concluyendo que a través a través del desarrollo de una campaña grafica se puede brindar información el cual sirve para motivar a sus alumnos y mejorar la percepción que tenían antes sobre la problemática, el cambio que se genere es el éxito del logro de la campaña, ya que toda campaña busca concientizar y minimizar los problemas. Los resultados de la pregunta llegan a evidenciar que a través de las imágenes que se colocaron, lograron captar la sensibilidad de los estudiantes, demostrando las causas y las consecuencias que pueden llegar a generar.

Ítem 21. Se ha logrado identificar aquellos sentimientos de control que se puede utilizar para mejorar la Salud Mental

Como se aprecia en el grafico 21, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta 43.5% están de acuerdo, el 29.6% está totalmente de acuerdo, mientras el 20.9 está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.7% está en desacuerdo y el 4.3% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 13 a 15 años. A través de la siguiente pregunta se puede observar que a través de la campaña se ha podido diferenciar entre unos trastornos psicológicos y un problema emocional identificándose aquellos sentimientos de control por intermedio9 de las imágenes que se expusieron en la campaña

Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Bunge, Maglio, Carrea, & Entenberg (2016), los autores en su artículo manifestaron como objetivo analizar la relación entre la satisfacción y el tipo de servicio de salud mental para niños y adolescentes, conociendo el grado de satisfacción, los datos se recopilaron en un enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional. Resultados; se pudo demostrar que existe una relación positiva, el nivel de satisfacción que llevaron los padres a sus hijos adolescentes se mostraron satisfácelo en base al tratamiento psicodinámico, se empleó para ello un cuestionario. Concluyendo que la evaluación de la satisfacción de los usuarios en servicios de salud mental es de buena calidad, ya que mejoran su capacidad cognitiva-de la conducta de la salud mental de niños y adolescentes.

Ítem 22. La campaña de la Salud Mental ha permitido poder diferenciar entre un trastorno Psicológico y un problema emocional

Como se aprecia en el gráfico 21, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 28.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 50.4% están de acuerdo, el 31.3% está totalmente de acuerdo, mientras el 17.4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 13 a 15 años. A través de la siguiente pregunta se puede observar existe un aumento de las enfermedades mentales debido a la inseguridad económica que ha dejado la pandemia en muchos hogares, ocasionando depresión en estos jóvenes, por que sienten que forman parte de la culpa, debido a sus problemas familiares y a las restricciones de salida y nuevas normas de convivencia

Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Pace, Kami, Founier, & Eaglin (2016), tuvieron como objetivo analizar el impacto de una campaña gráfica para mejorar la salud mental en los estudiantes universitarios del primer año, los resultados demostraron que solo el 17.8% tenían conocimientos de problemas considerados que dañan la salud mental, entre ellos el estrés, el resto lo dividió en enfermedades como síndrome de Down, locura entre otros, demostrando su poco conocimiento y el manejo de técnica para controlar su conducta. Conclusión; Es importante adaptar los mensajes a través de una campaña a los estudiantes, aumentando conciencia sobre los problemas de salud mental.

Ítem 23. El aumento de la inseguridad económica ha ocasionado un incremento de las enfermedades mentales, como la Depresión

Como se aprecia en el gráfico 23, del cuestionario dirigido a 117 estudiantes; En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 28.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 50.4% están de acuerdo, el 31.3% está totalmente de acuerdo, mientras el 17.4% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9% está en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 14 a 17 años. Por lo que se observa a través de la pregunta jóvenes adolescentes han mostrado una inseguridad económica que ha dejado la pandemia en muchos hogares, ocasionando depresión en estos jóvenes, por que sienten que forman parte de

la culpa, debido a sus problemas familiares y a las restricciones de salida y nuevas normas de convivencia. El cual se coincide con los hallazgos de la investigación de Bennetts, Ramos, Machado y Flores (2018), los resultados demuestran que el adolescente tiene un 25% depresión, 8% aislamiento social y un 66% agresividad, siendo los factores claves que han originado estos problemas de salud mental en sus emociones, problemas familiares, economía, y problemas sociales, el factor económico ha generado un aislamiento de las personas generando estrés, ansiedad y en muchos casos depresión, el alcoholismo y la drogadicción.

Ítem 24 La campaña de la Salud Mental ha podido reducir el consumo de los adolescentes de sustancias nocivas

En la presente pregunta el 43.5% están de acuerdo, el 28.7% está totalmente de acuerdo, mientras el 24.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.6% está en desacuerdo y el 0.9 en desacuerdo. Coincidentemente el público que tuvo mayor preponderancia en el resultado obtenido fueron jóvenes entre las edades 13 a 15 años. A través de la pregunta podemos observar que la campaña de la salud mental ayudado a reducir el consumo de sustancias nocivas, de acuerdo a las consecuencias que puede traer a sus salud. Dados los hallazgos encontrados coincidentemente con Sánchez, Albeniz, Paino y Pedrero (2018), tuvieron como objetivo analizar la relación de las dificultades del ajuste emocional y comportamiento en la salud mental de los adolescentes, método cuantitativo, descriptivo transversal. Resultados, el 7% manifestó tener problemas de salud mental, mientras el 14%, estarían entrando en problemas de salud mental, así mismo se encontró valores importantes en desajustes emocionales y comportamientos, presentando una idea suicida, así como conductas de acoso y el ciberacoso, consumo de sustancias nocivas. Por lo que se concluye a través de los resultados que se llegó a incrementar la conciencia sobre la importancia de la salud mental en los adolescentes, buscando poner en marcha medidas para promocionar la salud, a través de una campaña informativa y reduciendo los factores de riesgos suicidas durante su año escolar.

5.2. Discusión inferencial

Discusión general:

Para realizar la oposición de las hipótesis, en esta parte de la investigación se muestran los resultados del análisis inferencial y están expuestos, en los que se determinó la relación de las variables y las dimensiones. Sin embargo, para llevar a cabo este contraste, la normalidad de los valores de los datos se empleó por primera vez, donde si la jerarquía de la prueba era menor o igual a 0.5, se emplearía una prueba no paramétrica y, de lo contrario, se decidiría por La prueba paramétrica. Sabiendo esto, se realizó la prueba de Kolmogorov Smirnov, ya que la muestra de la investigación es mayor que 117 estudiantes, y como el nivel de importancia fue de 0,00 menos de 0.05, se procedió a utilizar una prueba no paramétrica y empleando el Rho de Spearman 0,579 demostrando que existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Hernández et al. (2014), nos menciona que el Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que se utiliza para poder establecer la correspondencia entre las variables cualitativas y además se ejecuta la prueba de las hipótesis elevadas, determinando la correlación entre dos categorías nominales (p.320),

Esto coincide con la investigación del artículo Pereira (2019), mencionó como objetivo llegar a establecer la relación entre la campaña gráfica y la percepción de los adolescentes, del colegio de Villa del Salvador. Resultados; a través del Chi-cuadrado se pudo corroborar la relación entre las variables, determinando una correlación positiva, cuyo valor fue de 0.777, así mismo como el valor de su significancia fue menor al 0.05, se pudo comprobar las hipótesis. Concluyendo que a través a través del desarrollo de una campaña grafica se puede brindar información el cual sirve para motivar a sus alumnos y que puedan tomar diferentes decisiones, sin embargo, tenga un mayor grado de concientización sobre las consecuencias del Bulling.

Así mismo coincide con la teoría de teorías Marketing emocional y la teoría Psicológica organicistas según el autor Vélez, y González, (2015, p.13), dentro del diseño gráfico la campaña grafica es una forma de comunicación que se transmite mediante piezas graficas tales como; volantes, dípticos, trípticos, anuncios folletos, entre otros que buscan lograr algún tipo de reacción. Campaña gráfica, así mismo se coincide con el marco conceptual de Según Cabanyes

(2017, p.129). La salud mental tiene grandes condicionantes, los cuales son factores que pueden llegar a originar diversas enfermedades y finalmente, el conocimiento que pueden llegar a tener los adolescentes sobre la salud mental, pueden llegar a influir de manera preventiva sobre los factores de riesgo, generando factores de protección y de esta manera reducir la incidencia y prevalencia de algunos trastornos mentales. OMS (2014, p.14)

Discusión específica 1:

Para realizar la oposición de las hipótesis, en esta parte de la investigación se muestran los resultados del análisis inferencial y están expuestos, en los que se determinó la relación de las variables y las dimensiones. Sin embargo, para llevar a cabo este contraste, la normalidad de los valores de los datos se empleó por primera vez, donde si la jerarquía de la prueba era menor o igual a 0.5, se emplearía una prueba no paramétrica y, de lo contrario, se decidiría por La prueba paramétrica. Sabiendo esto, se realizó la prueba de Kolmogorov Smirnov, ya que la muestra de la investigación es mayor que 117 estudiantes, y como el nivel de importancia fue de 0,00 menos de 0.05, se procedió a utilizar una prueba no paramétrica y empleando el Rho de Spearman nos presenta un 0,511 de correlación, concluyendo que si existe relación directa y significativa entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Hernández et al. (2014), nos menciona que el Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que se utiliza para poder establecer la correspondencia entre las variables cualitativas y además se ejecuta la prueba de las hipótesis elevadas, determinando la correlación entre dos categorías nominales (p.320). Esto coincide con la investigación de Gutiérrez (2018), en la presente investigación se tuvo como objetivo llegar analizar el impacto de una campaña social sobre la adicción de los videojuegos y el conocimiento de los jóvenes estudiantes, Resultados: se realizó un análisis de regresión lineal en donde se obtuvo un valor de significancia de 0,00, por lo que se logró comprobar la hipótesis. Conclusión: el uso de la intervención de una campaña social tiene una influencia positiva en el conocimiento de los usuarios en relación al tema de la adicción de video juegos.

Discusión específico 2:

Para realizar la oposición de las hipótesis, en esta parte de la investigación se muestran los resultados del análisis inferencial y están expuestos, en los que se determinó la relación de las variables y las dimensiones. Sin embargo, para llevar a cabo este contraste, la normalidad de los valores de los datos se empleó por primera vez, donde si la jerarquía de la prueba era menor o igual a 0.5, se emplearía una prueba no paramétrica y, de lo contrario, se decidiría por La prueba paramétrica. Sabiendo esto, se realizó la prueba de Kolmogorov Smirnov, ya que la muestra de la investigación es mayor que 117 estudiantes, y como el nivel de importancia fue de 0,00 menos de 0.05, se procedió a utilizar una prueba no paramétrica y empleando el Rho de Spearman nos presenta un 0,511 de correlación, concluyendo que eexiste relación directa y significativa entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Hernández et al. (2014), nos menciona que el Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que se utiliza para poder establecer la correspondencia entre las variables cualitativas y además se ejecuta la prueba de las hipótesis elevadas, determinando la correlación entre dos categorías nominales (p.320),

Discusión específico 3:

Para realizar la oposición de las hipótesis, en esta parte de la investigación se muestran los resultados del análisis inferencial y están expuestos, en los que se determinó la relación de las variables y las dimensiones. Sin embargo, para llevar a cabo este contraste, la normalidad de los valores de los datos se empleó por primera vez, donde si la jerarquía de la prueba era menor o igual a 0.5, se emplearía una prueba no paramétrica y, de lo contrario, se decidiría por La prueba paramétrica. Sabiendo esto, se realizó la prueba de Kolmogorov Smirnov, ya que la muestra de la investigación es mayor que 117 estudiantes, y como el nivel de importancia fue de 0,00 menos de 0.05, se procedió a utilizar una prueba no paramétrica y empleando el Rho de Spearman nos presenta un 0,715 de correlación, concluyendo que existe relación directa y significativa entre factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Hernández et al. (2014), nos menciona que el Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que se utiliza para poder establecer la correspondencia entre las variables

cualitativas y además se ejecuta la prueba de las hipótesis elevadas, determinando la correlación entre dos categorías nominales (p.320). Esto coincide con la investigación del artículo Así mismo Vásquez (2019), se tuvo como objetivo analizar la relación entre la Salud Mental y la satisfacción en adolescentes de la I.E. Santa Clara, metodología, transversal prospectivo, de enfoque cuantitativo. Resultado: el 67.2% entre los jóvenes entre las edades de 17 años muestran signos de problemas en la salud mental, un 50.7% muestran un grado insatisfacción ya que las campañas que realiza el colegio no son los adecuados. Conclusión: se llegó a encontrar que existe una relación directa entre las variables salud mental y satisfacción en los adolescentes, siendo las enfermedades más recurrentes, ausencia de ansiedad, depresión y disfunción social.

VI. CONCLUSIONES

A través de los valores obtenidos del Rho de Spearman 0,736 y un valor de significancia inferior al 0,05 se permitió aceptar la hipótesis alterna, Concluyendo que existe relación entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martin, Oyón 2021. A su vez tras los resultados obtenidos se pudo concluir que la campaña grafica ayuda a desarrollar diversas estrategias de promoción, diseñada en alcanzar una meta, por lo que es importante tener una buena idea y del concepto lo que se desea transmitir, que medios se emplearan, cuales son las formas adecuadas, cuanto tiempo durara, que medidas de control se va a emplear y cuanto es el presupuesto asignado con el que se va a trabajar.

Se logró cumplir con el primer objetivo específico; Indicando la relación existente entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martin, Oyón 2021., a través de los valores obtenidos del Rho de Spearman 0,511 y un valor de significancia inferior al 0,05 se permitió aceptar la hipótesis alterna. Concluyendo que los factores de riesgo están asociados con una mayor probabilidad de aparición de las enfermedades mentales, siendo la depresión, la ansiedad, los abusos de sustancias, violencia en los hogares, los cuales generan una mayor gravedad de las enfermedades mentales en los adolescentes.

Se logró cumplir con el primer objetivo específico; Indicando la relación existente entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021., a través de los valores obtenidos del Rho de Spearman 0,715 y un valor de significancia inferior al 0,05 se permitió aceptar la hipótesis alterna, Concluyendo los factores de protección son aquellas características de la salud mental de forma positiva; tales como la autoestima, fortaleza emocional, el pensamiento positivo, destrezas sociales y de resolución de problemas y habilidades para el manejo del estrés.

Se logró cumplir con el primer objetivo específico; Indicando la relación existente entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021., a través de los valores obtenidos del Rho de Spearman 0,548 y un valor de significancia inferior al 0,05 se permitió aceptar la hipótesis alterna, Concluyendo que para reducir la incidencia de los trastornos mentales, se debe concientizar a los estudiantes de las consecuencias del consumo de sustancias nocivas, y mejorar los canales de comunicación en los centros educativos.

VII. RECOMENDACIONES

Primero se recomienda Implementar la campaña gráfica de la salud mental, en la I.E José de San Martín, permitiendo que los estudiantes puedan pedir ayuda profesional si en caso lo necesitaran, comunicándose con sus profesores. Así mismo se logra reforzar la labor de prevención de las enfermedades de salud mental, buscando informar a los alumnos que se debe hacer y a quien se debe acudir si se presenta algunas de estas enfermedades.

Con el propósito de concientizar a los alumnos de la I.E José de San Martín, generar volantes y afiches de los síntomas de la depresión y ansiedad, utilizando los canales digitales, para ello se debe incorporar banners de colores resaltantes, que capten la visibilidad de los jóvenes con imágenes de personas jóvenes, en donde se vea reflejado las consecuencias de la enfermedad.

Se recomienda para mejorar los factores de protección frente a las enfermedades de salud mental y generar conocimiento diseñar afiches, con

mensajes claros, creando un sistema de sensibilidad a través de las imágenes cuidadosamente seleccionadas, en donde se pueda mejorar las conductas de los jóvenes adolescentes, e incrementar su autoestima enseñándoles a valorarse y tomar las mejores decisiones frente a conductas depresivas.

Finalmente, en cuanto a la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes se recomienda sensibilizar a los jóvenes a través del manejo del diseño de afiches digitales del daño del consumo de sustancias nocivas, utilizando la creación de blogs y mensajes que puedan ser compartidos a través de las redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Achin y Chepen (2016). *Propuesta de una campaña gráfica publicitaria para promocionar los libros enciclopédicos digitales en los estudiantes de colegios Trento*. (Tesis para obtener el grado de licenciatura) Universidad Tecnológica del Perú

- Bennetts, M., Ramos, R., Machado, J., y Fores, J. (2018). *Estado de salud mental de adolescentes que cursan la educación media superior*. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6685151>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades*. Pearson Educación de Colombia S.A.S. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Boley, Shyanika, Lienemann, & Meissener (2019). Campaña grafica en contra del tabaco dirigido a poblaciones vulnerables. *Revista Psy Net*, 28 (7), 124–142
- Bunge, E, Maglio, A, Carrea, G. & Entenberg, G. (2016). *Satisfacción y Tipo de Servicios de Salud Mental para Niños y Adolescentes*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 401-415. Recuperado: <https://www.redalyc.org/pdf/773/77344439027.pdf>
- Cabanyes, J., & Monge, M. Á. (Eds.). (2017). *La salud mental y sus cuidados* (4a. ed.). Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com> Created from bibliotecacijsp on 2018-03-06 09:17:28. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/LibroSaludMentalCuidados.pdf
- Cachay, J. (2019) *Influencia del marketing digital en la percepción de los consumidores de mypes de ropa en Santiago de surco 2018*. Perú: USIL
- Casañas, R; Gil, J; Castells, G y Lalucat-Jo,L (2017). Evaluación de un programa de alfabetización en salud mental para adolescentes. *Rev. psicopatol. salud ment. niño adolesc* ; (30): 105-114. Recuperado: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/ibc-FGT-2700>
- Castellblanque, M. (2019). *Manual del redactor publicitario offline-online. Reglas, normas y técnicas*. ESIC. Madrid. ISBN: 978-84-17914-57-8.
- Clemente, J., y Atienza, P. (2019). *Percepción de los consumidores respecto al peso que ejercen en el Marketing online para la compra de productos*, 20(39), *Revista Comunicación y Sociedad*. 1-20 pp. Recuperado:

<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/articloe/view/e7296>.

Consumer Insights Leads de GfK (2020). COVID-19: preocupaciones y necesidades del consumidor durante pandemia Recuperado: <https://larepublica.pe/economia/2020/04/15/covid-19-preocupaciones-y-necesidades-del-consumidor-durante-pandemia/>

Del Cano, M Y Tapia, A. (2012). Salud Mental Comunitaria. Beli Gizartean. Madrid

Donaldson D, Boergers J & Spirito A. (1996). Reasons for adolescent suicide attempts: associations with psychological functioning. *J Am Acad Child Adolesc Psychiatry*, 37(12):1287-1293, 2000.

Dunbar, M., Setodji, C., Martino, S., y Shadel, W. (2019). *Graphic health warning posters increase some adolescents' future cigarette use susceptibility by changing normative perceptions of smoking: A case of mediated moderation*. (Campaña Grafica de advertencia sanitaria aumentando la susceptibilidad futura frente al consumo de cigarrillos de algunos adolescentes cambiando las percepciones normativas del tabaquismo: un caso de moderación mediada Revista Psy Net, 33 (7), 649–658. Recuperado: <https://doi.org/10.1037/adb0000503>

Góngora, D., Ramos, R., Parra, J y López, R. (2019). Familia Salud Psicología y Educación. Edeal. México.

Halsall, G., Dixon, K y Forneris, T. (2019). Evaluation of a social media strategy to promote mental health literacy in seeking help knowledge in young people (Evaluación de una estrategia de redes sociales para promover la alfabetización en salud mental en la búsqueda de conocimiento de ayuda en los jóvenes). *Revista de salud del consumidor en Internet*, 1 (23). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15398285.2019>.

Hernández, F., Fernández, S., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Interamericana. México

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta - McGraw-Hill Interamericana. México

<https://books.google.com.pe/books?id=5A2QDwAAQBAJ&dq=SAMPIERI+libro+metodologia+investigacion&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjttuPHxePwAhVXRJUCHVhCHcQ6AEwAnoECAoQAq>

Huamán, K y Baca, M. (2016). Campaña gráfica para mejorar la comprensión sobre la prevención del cáncer de MAMA 2015. (Tesis para obtener el grado de licenciatura). Universidad Señor de Sipan.

Januraga, P., Izwardi, D., Crosita, Y., y Indrayathi. (2020). Evaluación cuantitativa de una campaña de redes sociales para mejorar los hábitos alimentarios saludables entre las adolescentes urbanas en Indonesia. *Revista Advancing Nutritional Science*. 22 (12), 249–261. Recuperado: <https://doi.org/10.1017/S1368980020002992>

Ministerio de Salud (2018). Plan nacional de fortalecimiento de servicios de salud mental comunitario 2018-2021. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4422.pdf>

Mulla, M., y Bawazir, A. (2020). Assessing the knowledge, readiness and barriers of high school teachers and staff on adolescent mental health in Riyadh, Saudi Arabia (Evaluación de los conocimientos, la preparación y las barreras de las profesoras y el personal de la escuela secundaria sobre la salud mental de los adolescentes en Riad, Arabia Saudita). *SpringerLink*, 11 (22), 45-89 pp. Buscar <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12310-020-09376-9>

OMS (2014). *Prevention of mental disorders*. Edit. Ginebra. Suiza. ISBN:9789243506029

OMS (2020). *Plan de acción sobre Salud Mental*. Edit. Ginebra. Suiza. ISBN:9789243506029 https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/97488/9789243506029_spa.pdf;jsessionid=D662A00F92B7C205D31EB14231C6F661?sequence=1

Pace, K., Kami, S., Founier, L., & Eaglin, J. (2016). Promoción de conductas de búsqueda de ayuda para la salud mental entre estudiantes universitarios de primer año. *Revista Comunicación de Salud*, 4 (68), 749–758.

Recuperado:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10410236.2016.1250065>

Pereira, J. (2019). Campaña gráfica sobre el Bullying y la percepción de alumnos de primaria de dos I.E., Villa el Salvador - Lima, 2019. (Tesis para optar el grado de Licenciado del arte). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado: [file:///C:/Users/user/Downloads/Pereira_VJJ%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Pereira_VJJ%20(3).pdf)

Sánchez, A., Albeniz, A., Paino, M., y Pedrero, E. (2018). Ajuste Emocional y Comportamiento en la salud mental en una Muestra de Adolescentes Españoles. *Revista Actas Esp. Psiquiatr*, 46 (6). 205-2017 pp.

Sanchez, D., Guillermo, A., Buitrago, J. (2019). Salud Mental De Adolescentes Y Jóvenes Víctimas De Desplazamiento Forzado En Colombia (Mental Health of Adolescents and Young People Victims of Forced Displacement in Colombia). *Revista CES Psicología*. 12 (3). 214-224 pp. Recuperado: <https://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/4516>

Tineo, J., y Heredia, R. (2019). Marketing online y percepción de los clientes en una MYPE de autopartes – Chiclayo. (Tesis licenciatura). Universidad Chimborazo.

Unicef (2020). Los efectos de la cuarentena y desescalada en la salud mental de la infancia y adolescencia. Recuperado: <https://ciudadesamigas.org/salud-mental-desescalada-covid-19/>

Vásquez, J. (2019). Salud mental y su relación con satisfacción vital en adolescentes de la I.E. Santa Clara Arequipa-2018. (Tesis para obtener el grado de licenciatura). Universidad Privada Autonoma del Sur.

Vélez, M y González, A. (2015). El diseño gráfico. Universidad Granada. Madrid. <https://es.slideshare.net/DeivyRoaPalacios/el-diseo-grfico-manuel-velez>

ANEXOS:

ANEXO 1: Matriz de Operacionalización de variables

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Definición	Indicadores	Escala de Medición	Items.
Campaña Gráfica	<p>Dentro del diseño gráfico de la campaña grafica es una forma de comunicación que se transmite mediante piezas graficas tales como; volantes, dípticos, trípticos, anunciosn folletos, entre otros que buscan lograr algún tipo de reacción. Vélez, y González, (2015, p.13)</p>	<p>El auto hace mención que la campaña grafica se realiza dentro de un diseño gráfico y se transmite a través de piezas graficas</p>	<p>Diseño grafico</p>	<p>El diseño gráfico es el arte visual donde la imagen se convierte en una parte esencial para atraer al espectador. Las imágenes están creadas para poder ser percibidas, y en consecuencia mediadoras para que el consumidor o público pueda entender la representación de una realidad. Contribuye a entablar una conexión, dar impresión, antes de que puedan leer alguna parte de tu pieza gráfica. Produciendo muchas sensaciones, sentimientos, y debería agradar tanto como armonizar en el arte, en donde la tipografía a través de sus diferentes estilos de tipo de letra busca causar un mayor impacto, con el objetivo de transmitir un mensaje buscando lograr una reacción. (Vélez, M. y González, A., 2015, p.13)</p>	Imagen	<p>Escala Ordinal</p>	P1-P2
					Tipografía		P3-P4
					Mensaje		P5
			<p>Piezas graficas</p>	Volantes	P6-P7		
				Afiche	P8-P9		
				Redes Sociales	P10		
				susceptibilidad	P11		

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Definición	Indicadores	Escala de Medición	Items.
Salud Mental	Según Cabanyes (2017, p.129). La salud mental tiene grandes condicionantes, los cuales son factores que pueden llegar a originar diversas enfermedades.	Según el autor Cabanyes (2017) la salud mental tiene tres grandes condicionantes: Neurobiología, Personalidad y ambiente, los cuales pueden llegar a originar diversas enfermedades.	Neurobiología	Es el estudio del sistema nervioso, en el que se llega a existir muchas enfermedades psíquicas que dañan la salud mental, en el cual una persona es más propensa que otras, entre algunas de estas enfermedades, tenemos, el trastorno bipolar, la esquizofrenia, el trastorno obsesivo – convulsivo, los cuales llegan a determinar de forma notable la salud mental de las personas. Cabanyes (2017, p.129).	esquizofrenia	Escala Ordinal	P12
					Trastorno de ansiedad compulsiva		P13
			Personalidad	La personalidad también es una variable que contribuye en la salud mental de las personas ya que contribuye en su relación afectuosa, seguridad emocional, aptitudes y en la percepción con la que observa la realidad. Cabanyes (2017, p.129).	emociones		P15
					aptitudes		P16
					percepción		P17
			Ambiente	El grupo de factores ambientales, es amplio, los cuales según sus características pueden ser favorables o desfavorables en la salud mental de las personas, entre los factores más destacados tenemos la familia, el grupo de amigos y su entorno sociocultural. Cabanyes (2017, p.129).	Familia		P18
					Grupo de amigos		P19
					Entorno sociocultural		P20

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Definición	Indicadores	Escala de Medición	Items.
Conocimiento	El conocimiento que pueden llegar a tener los adolescentes sobre la salud mental, pueden llegar a influir de manera preventiva sobre los factores de riesgo, generando factores de protección y de esta manera reducir la incidencia y prevalencia de algunos trastornos mentales Según la OMS (2014, p.14)	Según el OMS, El conocimiento que pueden llegar a tener los adolescentes sobre la salud mental, pueden llegar a influir de manera positiva en los factores de riesgo y de protección, reduciendo la incidencia de trastornos mentales.	Factores de Riesgo	Los factores de riesgo están asociados con una mayor probabilidad de aparición de la enfermedad, mayor gravedad y mayor duración de los principales Problemas de salud, tales; depresión ansiedad, abusos de sustancias. OMS (2014, p.14)	Depresión	Escala Ordinal	P12
					Ansiedad		P13
					Abusos de sustancia		P14
			Factores de protección	Los factores de protección son idénticos a las características de salud mental positiva, tales como la autoestima, fortaleza emocional, pensamiento positivo, destrezas sociales y de resolución de problemas, habilidades para el manejo del estrés y sentimientos de control. OMS (2014, p.14)	Autoestima		P15
					Habilidad manejo de estrés		P16
					Sentimientos de control		P17
			Reducción de la incidencia de los trastornos mentales	Además de disminuir el riesgo de los trastornos mentales y mejorar la salud mental, dichos cambios legislativos también han demostrado tener un impacto positivo en la salud y el desarrollo social y económico de las sociedades. Existen algunas estrategias para mejorar la salud mental, reduciendo el riesgo de poder desarrollarlas; mejorando el acceso a la educación, reduciendo la inseguridad económica, y reduciendo el daño que causan el consumo de sustancias nocivas. OMS (2014, p.14)	Mejorando la Educación		P18
					Reduciendo inseguridad económica		P19
					Reduciendo el daño por sustancias adictivas.		P20

Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Campaña Gráfica	Diseño Gráfico	Imagen	
¿Qué relación existe entre la Campaña Gráfica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E. José de San Martín – Oyón, 2021?	Determinar la relación de una Campaña Gráfica sobre la Salud Mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021	Hi: Existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021 Ho: No existe relación directa y significativa entre la campaña grafica sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021			Tipografía	
					Mensaje	
				Volantes		
				Piezas Gráfica	Afiches	
					Redes	
			Susceptibilidad			
Problema Especifico	Objetivo Específicos	Hipótesis Especifico	Salud Mental	Neurobiología	Esquizofrenia	
*¿Qué relación existe entre los factores de riesgo sobre la salud mental y la campaña gráfica en los adolescentes de la I.E. José de San Martín, Oyón 2021?	Determinar la relación entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021	Hi: Existe relación directa y significativa entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021 Ho: No existe relación directa y significativa entre los factores de riesgo sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 202		Personalidad	Trastorno de ansiedad compulsiva	
				Emociones		
					Aptitudes	
*¿Qué relación existe entre los factores de protección sobre la salud mental y la campaña gráfica en los adolescentes de la I.E. José de San Martín, Oyón 2021?	Determinar la relación entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021	Hi: Existe relación directa y significativa entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Ho: No existe relación directa y significativa entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.		Ambiente	Percepción	
					Familia	
					Grupo de amigos	
*¿Qué relación existe entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y la campaña gráfica en los adolescentes de la I.E. José de San Martín, Oyón 2021?	Determinar la relación entre la reducción de la incidencia de los trastornos mentales sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021	Hi: Existe relación directa y significativa entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021. Ho: No existe relación directa y significativa entre los factores de protección sobre la salud mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín, Oyón 2021.		Factores de riesgo	Entorno Socio-Cultural	
					Depresión	
					Ansiedad	
				Conocimiento en adolescentes	Factores de protección	Abusos de sustancia
						Autoestima
			Reducción de la incidencia de los trastornos mentales		Habilidad manejo de estrés	
					Sentimientos de control	
					Mejorando la Educación	
				Reduciendo inseguridad económica		
				Reduciendo el daño por sustancias adictivas		

ANEXO 2: Instrumento

CUESTIONARIO

CAMPAÑA GRAFICA SOBRE LA SALUD MENTAL Y EL CONOCIMIENTO EN ADOLESCENTES DE LA I.E SAN MARTIN, OYÓN 2020

EDAD:	SEXO	F	M
--------------	-------------	----------	----------

En la siguiente encuesta les presento 24 preguntas las cuales pueden ser contestadas de acuerdo a la escala del 1 al 5 lee cuidadosamente y marca con una X las respuestas que más describa tu opinión, Tu salud mental es tan importante como tu salud física.

ESCALA				
5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de cuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
ITEMS	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1	¿Las imágenes usadas en la campaña gráfica te ayudaron a entender mejor el tema?					
2	¿La tipografía te ayudo a identificar mejor el tema de Salud Mental?					
3	¿El mensaje de la campaña gráfica estuvo sencillo de entender?					
4	¿Los volantes te ayudaron a entender mejor sobre Salud Mental?					
5	¿Consideras que la información de los afiches fueron fácil de entender?					
6	¿Crees que las redes sociales son fundamentales para dar a conocer este tema?					
7	¿Las piezas gráficas te causo Susceptibilidad?					
8	¿Las piezas gráficas (afiches y volantes) te informo claramente sobre Esquizofrenia?					

9	¿Quedaste conforme con la información de las piezas gráficas (afiches y volantes) sobre Trastorno de ansiedad compulsiva?					
10	¿La información dentro de las piezas gráficas (afiches y volantes) te ayudó a entender cuán importante es saber sobre tus Emociones?					
11	¿Considera que su actitud ha cambiado a través de la concientización de la campaña sobre la Salud Mental?					
12	¿Considera que las personas perciben con indiferencia el tema de Salud Mental, ya que no lo consideran como enfermedad?					
13	¿La familia es un factor de apoyo muy importante para afrontar una crisis de Ansiedad o Depresión?					
14	¿Considera que sus amistades influyen en su conducta y cambia su comportamiento ante situaciones de alta tensión?					
15	¿La campaña le ayudado a tener una mayor interacción y con las creencias y conductas compartidas que tienen los adolescentes con las normas de la sociedad?					
16	¿Consideras que la campaña gráfica te ayudo a entender mejor sobre la Depresión?					
17	¿Considera la realización de campañas ayudan a detectar y reducir aquellos factores que generan la ansiedad en los adolescentes?					
18	¿La campaña le ayudo a reconocer el riesgo del abuso de sustancias?					
19	¿Siente que su Autoestima ha mejorado después de la campaña informativa de la Salud Mental?					
20	¿La campaña le ha enseñado como utilizar ciertas habilidades para disminuir el grado de Estrés?					
21	¿Se ha logrado identificar aquellos sentimientos de control que se puede utilizar para mejorar la Salud Mental?					
22	¿La campaña de la Salud Metal ha permitido poder diferenciar entre un trastorno Psicológico y un problema emocional?					
23	¿El aumento de la inseguridad económica ha ocasionado un incremento de las enfermedades mentales, como la Depresión?					
24	¿La campaña de la Salud Mental ha podido reducir el consumo de los adolescentes de sustancias nocivas?					

ANEXO 3: Tabla de evaluación de expertos #1



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Apaza Quispe, Juan

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... (x)	Magister... ()	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: Jueves 15 de Abril 2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

CAMPAÑA GRAFICA SOBRE LA SALUD MENTAL Y EL CONOCIMIENTO EN ADOLECENTES DE LA I.E
SAN MARTIN, OYÓN 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?			
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto

Dr. Juan Apaza Quispe

Tabla de evaluación de expertos #2



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rodríguez Figueroa José Jorge

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... (x)	Magister... ()	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: Jueves 29 de Abril 2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



 DR. RODRIGUEZ FIGUEROA JORGE
 ABOGADO CALN N° 1048
 ADMINISTRADOR CLAP 3363

Tabla de evaluación de expertos #3



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Ochoa Sulca, Luis Manuel

Título y/o Grado: Maestro en Docencia Universitaria y Gestión Educativa - Psicólogo

Ph. D... () Doctor... () Magister... (x) Licenciado... () Otros. Especifique _____

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: **Marte 18 mayo 2021**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

CAMPAÑA GRÁFICA SOBRE LA SALUD MENTAL Y EL CONOCIMIENTO EN ADOLESCENTES DE LA I.E SAN MARTIN, OYÓN 2021

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

SUGERENCIAS:

EL INSTRUMENTO ES APLICABLE PARA EL ESTUDIO

Firma del experto: _____

DNI: 41639743

ANEXO 4: Carta de presentación al colegio



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA VISITA N° 003-2021-UCV-VA-P04-F05L01/DE

Lima, 11 de mayo de 2021

Señores

COLEGIO LIBERTADOR JOSÉ DE SAN MARTÍN

Psj. Jarlen N°200 Oyón, Perú (157,82km) – Región Lima Oyón

Presente. -

Atención: Lic. William Estrada Santos
Director

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2021-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	URBANO ALCEDO LESSLY KATHERIN	74168785

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para aplicar unas encuestas a los alumnos de 4to y 5to de secundaria, con la finalidad que pueda recolectar datos para la elaboración de su Desarrollo del Proyecto de Investigación que vienen realizando, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

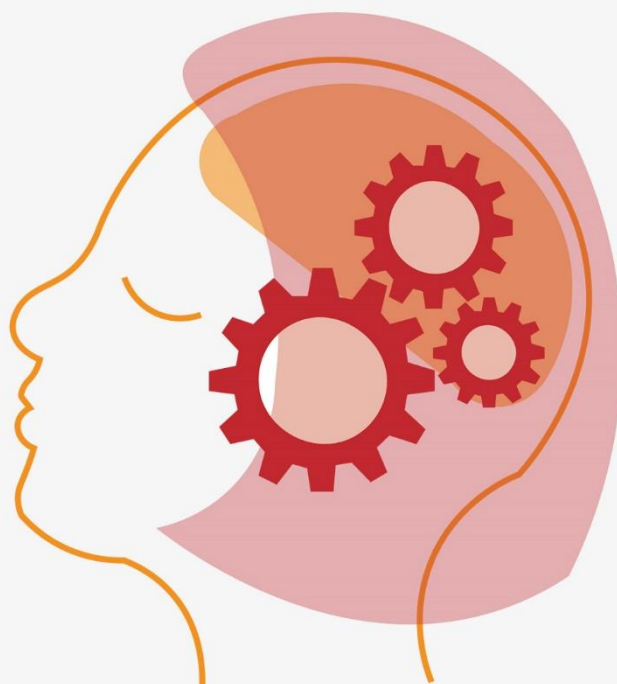
Atentamente,



Mgtr. Juan José Tanta Restrepo
Director de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

BRIEF

Creativo



SALUDABLE MENTE

NOMBRE:

LESSLY KATHERIN URBANO ALCEDO

DESCRIPCION DE PRODUCTO

CATEGORIA:

Campaña Gráfica para adolescentes

DESCRIPCIÓN

La pieza grafica presentada consta en una campaña Gráfica sobre la Salud Mental donde se informa conceptos basicos sobre dicho tema para el publico objetivo con el fin de llevar conocimiento sobre la importacia de la Salud Mental, dentro de la campaña el publico podra interactuar e informarse mejor acerca del tema.

UTILIDAD

Dicha campaña grafica sera expuesta en la Institucion Educativa Jose de San Martin con el proposito de llevar a conocer a los adolescentes sobre la importancia de la Salud Mental .



PUBLICO OBJETIVO

DESCRIPCIÓN :

EDAD: 14 - 17 años

GENERO: Masculino y Femenino

LOCALIZACIÓN: I.E“José de San Martín” Provincia de Oyón

OCUPACION: Estudiantes

PSICOLOGIA: Para poder encontrar la relación que existe entre una campaña gráfica sobre Salud Mental y el conocimiento en los adolescentes de la I.E José de San Martín

DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS

INFORMAR: se brindará datos resumidos durante la entrega de las tarjetas, afiches, volantes, stickers, pines, decoradas para la difusión del contenido y frases de la campaña.

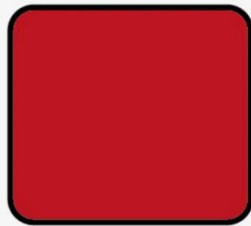
PERSUADIR: modificar la percepción que pueden tener los adolescentes acerca de la campaña de Salud Mental

RECUERDO: se ofrecerá una experiencia informativa de poder desarrollar una campaña



COLORES

Para la seleccion de colores se opto por colores bajos que puedan transmitir tranquilidad a su vez confianza

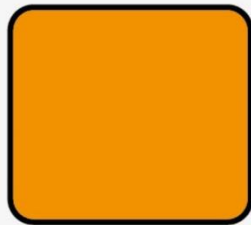


RGB

R: 190
G: 22
B: 34

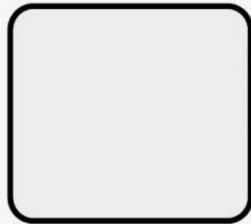
CMYK

C : 15
M: 100
Y : 90
K: 10



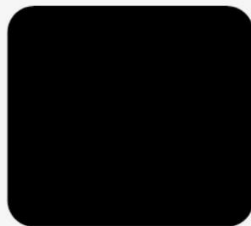
R: 243
G: 146
B: 0

C : 0
M: 50
Y : 100
K: 0



R: 237
G: 237
B: 237

C : 0
M: 0
Y : 0
K: 10



R: 29
G: 29
B: 27

C : 0
M: 0
Y : 0
K: 100



TIPOGRAFIA

La tipografía que se utilizará son:

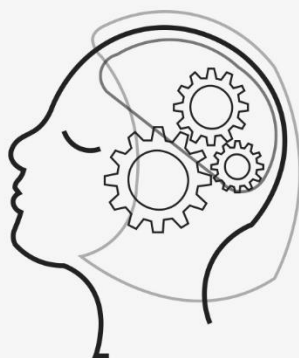
Candy Beans

Bahnschrift

Franklin Gothic Medium Cond

LOGO

Se realizó un logo práctico y facil de entender para los alumnos donde denota el color naranja por el significado de juventud segun la psicología del color.



ELABORACION DE MERCHANDISING



ANEXO 6: Piezas Graficas



SALUDABLE MENTE

¿Que es la Salud Mental ?

La salud mental incluye nuestro bienestar emocional, psicologico y social que afecta en lo que pensamos, sentimos y actuamos cuando enfrentamos a la vida. Tambien ayuda a determinar como manejamos el estres, como nos relacionamos con los demas y tomamos decisiones.

¿Porque es importante la Salud Mental?

La salud mental es importante porque puede ayudarte a:

- Enfrentar el estres de la vida
- Estar fisicamente saludable
- Tener relaciones sanas
- Contribuir de forma significativa a su comunidad
- Trabajar productivamente
- Alcanzar su completo potencial

 **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

AYUDA

SUICIDIO

Es la **SEGUNDA** causa de muertes de jóvenes de 14 a 29 años

800,00 personas mueren mundialmente al año por esa causa

50%

de las enfermedades mentales en adolescentes en el mundo surgen antes de los

14 AÑOS

Las enfermedades son la causa mas frecuente de la **INCAPACIDAD** en adolescentes del mundo y afecta a **TODOS** los aspectos de **SALUD Y DESARROLLO**

Físico **Social**

Mental

SALUDABLEMENTE

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

¿Que es la DEPRESION?

Sucede cuando los sentimientos de tristeza, pérdida, ira o frustración interfieren con la vida diaria por semanas, o períodos más largos de tiempo. Trastorno depresivo persistente.

¿Que es la ANSIEDAD?

Preocupación y miedos intensos, excesivos y continuos ante situaciones cotidianas. Es posible que se produzca taquicardia, respiración agitada, sudoración y sensación de cansancio.

SALUDABLEMENTE

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

¿Que es el TRANSTORNO BIPOLAR ?

Trastorno que provoca altibajos emocionales, que van desde trastornos de depresión hasta episodios maníacos.

Los episodios maníacos pueden incluir síntomas como exceso de energía, reducción de la necesidad de dormir y pérdida de noción de la realidad.



ESQUIZOFRENIA

La esquizofrenia se caracteriza por pensamientos o experiencias que parecen estar desconectados de la realidad, habla o comportamientos desorganizados y disminución de la participación en las actividades cotidianas.

¿Que es TRANSTORNO POR ESTRÉS?

Trastorno caracterizado por la imposibilidad de recuperarse después de experimentar o presenciar un evento aterrador, entre los síntomas se encuentran tener pesadillas o recuerdos repentinos y evitar situaciones que recuerden el trauma.



¿COMO CUIDAR TU SALUD MENTAL?



CUIDA TU CUERPO

Duerme las horas adecuadas
Estirate
Camina
Haz ejercicios
Come Saludable



CUIDA TUS RELACIONES

Ten buena comunicación
Crea limites sanos
Pide ayuda si lo necesitas
Pasa tiempo con tu familia/
amigos



CUIDA TUS EMOCIONES

Agradece a diario
Practica el perdón y la compasión
Maneja el estrés
Cultiva la madurez emocional



CUIDA TU ESPIRITU

Pasa tiempo a solas
Medita
Aprecia la naturaleza
Manten un diario



CUIDA TU TRABAJO

Aprende todos los días
Construye un ambiente agradable
Crea limites sanos
Haz pequeñas pausas en el día



Sentirse bien por dentro y por fuera hace que estes preparado para asumir los retos del día a día con la seguridad de tener siempre fortaleza para llegar al final de lo que te propongas.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

TU SALUD MENTAL ES TAN IMPORTANTE COMO TU SALUD FÍSICA

ANEXO 7: Fotos



