



DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN
Trabajo de grado para optar por el título de Licenciatura en Publicidad

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LOS NIÑOS CON TDAH (TRASTORNO DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD) PARA EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA, 2018

SUSTENTANTES:

MELISSA FADUL SIRÍ 20132339

JEMINE PÉREZ FERNÁNDEZ 20140457

JULISSA FRANCHESCA FERRERAS HERNANDO 20140619

ASESORA:

Cristina Franchesca Brito Almonte

Santo Domingo, D.N.

Abril 2018

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de exclusiva responsabilidad de los sustentantes.





CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LOS NIÑOS CON TDAH (TRASTORNO DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD) PARA EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA, 2018

Índice

Dedicatorias

Agradecimientos

Introducción

Capítulo 1 Marco Teórico

1.1 El TDAH

1.1.2 Concepto de Trastorno Psicológico

1.1.3 El TDAH

1.1.4 Tipos de TDAH

1.1.5 Causas del TDAH en los niños

1.1.6 Consecuencias del TDAH en la adultez

1.1.7 Diagnóstico y métodos de tratamiento del TDAH en niños

1.1.8 El TDAH en la República Dominicana

1.2 Campaña Publicitaria

1.2.1 Definiciones del término campaña publicitaria

1.2.2 Etapa de una campaña publicitaria

1.2.3 Tipos de campaña publicitaria

1.2.4 Medios de comunicación

1.2.5 Campañas publicitarias de concienciación en República Dominicana

1.3 MINERD

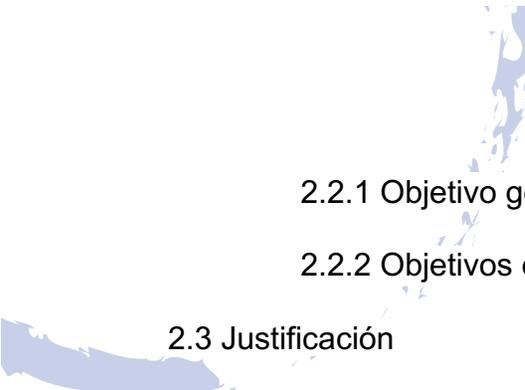
1.3.1 Definición institucional y objetivos

1.3.2 Relación con el tema

Capítulo 2. Marco Metodológico

2.1 Planteamiento del problema

2.2 Objetivos

- 
- 2.2.1 Objetivo general
 - 2.2.2 Objetivos específicos
 - 2.3 Justificación
 - 2.4 Tipo de investigación
 - 2.5 Diseño Metodológico
 - 2.5.1 Tipo de investigación
 - 2.5.2 Método de investigación
 - 2.5.3 Técnicas de investigación
 - 2.6 Técnicas e instrumentos
 - 2.7 Población y Muestra
 - 2.8 Resultados de encuestas
 - 2.9 Análisis de los resultados de los instrumentos de medición

Capítulo 3. Propuesta de campaña de concientización sobre los niños con TDAH para el MINERD en Santo Domingo

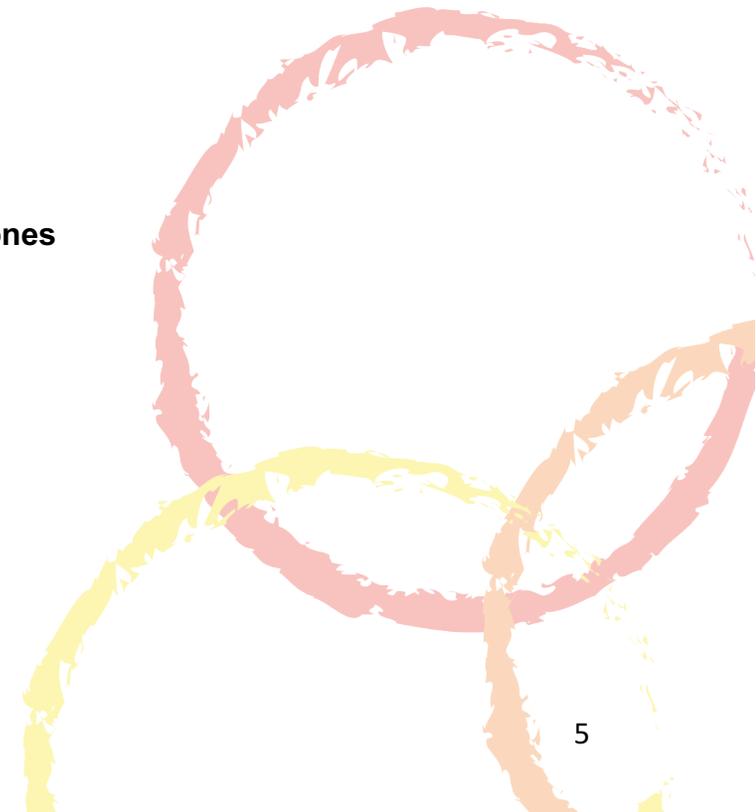
- 3.1 Propuesta de campaña publicitaria
- 3.2 Concepto de campaña de concientización
- 3.3 Materiales P.O.P
- 3.4 Redes Sociales
- 3.5 Exterior

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos





DEDICATORIAS

Este trabajo de grado va dedicado a mi papá, Juan Domingo Ferreras, por siempre apoyarme durante toda mi carrera. Y a mi familia por siempre estar ahí para mí.

-Yo soy Julissa Ferreras

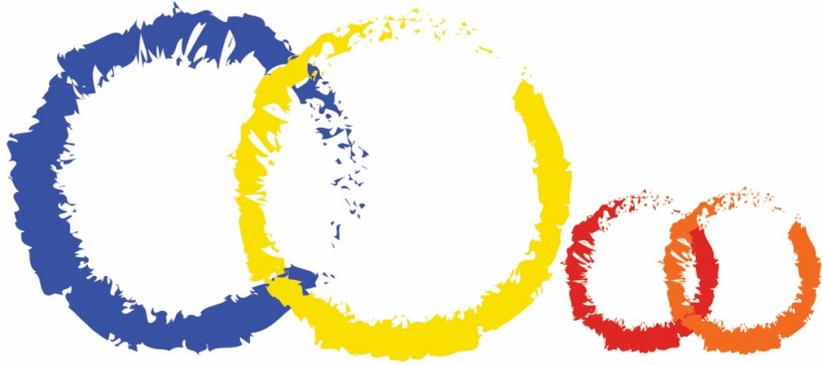
Dedicada a Sleyda, por ser mi primer ejemplo de Valía Femenina y a mi Madre por su apoyo incondicional.

Dios es bueno, y en todo este trayecto ha sido fiel.

-Yo soy Jemine Pérez

Esta tesis se la dedico principalmente a mi hermano Joel Fadul Sirí, por ser de cierta manera el impulso que necesite para poder terminar este trabajo de grado; y a mis padres Eneida Sirí y Francisco Fadul, por siempre apoyarme en este largo trayecto de formación como ente progresivo de la sociedad. Los amo.

-Yo soy Melissa Fadul Sirí



GRADUACIONES



Gracias a Dios por ser el pilar en todo, gracias a mi papa Juan Domingo Ferreras por siempre estar ahí, por creer en mi y apoyarme en todos los momentos de la carrera, a mi familia por ayudar en lo más mínimo que podían, a mis compañeras de tesis (Jemine y Melissa) y mis compañeros de universidad que estuvieron presentes desde mi primer cuatrimestre y de algún modo u otro me apoyaron moralmente y siempre están ahí para lo que necesite, y por último pero no menos importante a la Profesora Cristina Brito por ayudarnos con este proceso de la tesis.

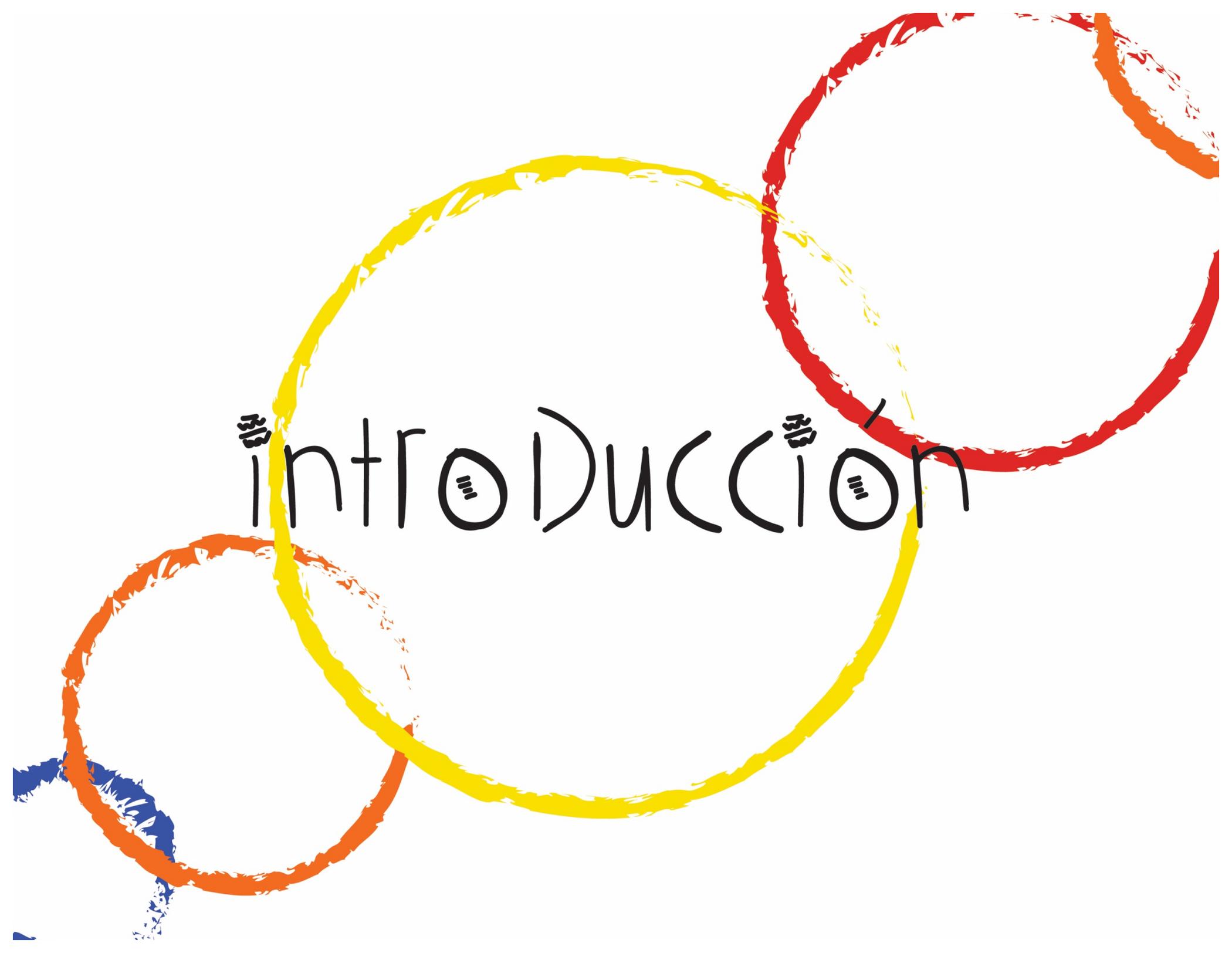
-Julissa Ferreras

Le agradezco a mis compañeras de tesis, por aparecer en mi camino justo cuando pensaba que tendria que realizar el trabajo de grado yo sola. A nuestra asesora, por ser esa mano guía y amiga que necesitamos para poder culminar nuestro trabajo; por ser esa voz sensata que nos impulsaba a terminar a tiempo cuando queriamos seguir procrastinando. A los profesores que me enseñaron todo lo necesario para poder graduarme como Licenciada en Diseño Gráfico y ahora Licenciada en Publicidad. A mi familia y amigos por siempre estar ahí para mi en mis momentos de frustración, que mi cinquillo sabe mas que nadie que fueron muchos. Y por último, pero no menos importante, le agradezco al señor, Dios, por permitirme culminar una carrera más, un capítulo más de mi vida y tener muchos más en el futuro.

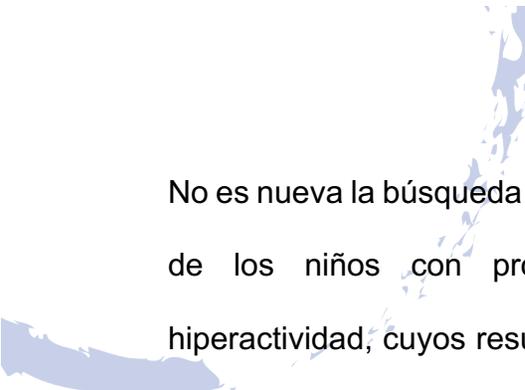
-Melissa Fadul Sirí

Agradezco a Dios, por ser mi soporte siempre. A mi familia por hacer todo lo que estaba a su alcance para lograr mi bienestar. A mis amigos por ayudarme en todo lo que les he pedido. A mi asesora Cristina, por ser 'la para de tu coro' y guiarnos en este proceso. Al panita del chimi por ser mi refugio al estrés. A las psicólogas del GRIP por ser ejemplo de perseverancia y empatía y haber sido la razón principal para escoger el tema. A Tia Piery por ser quien es y por todo lo que soy gracias a Ella. A todos los humanos que de alguna forma contribuyeron en mi camino por la universidad y me dieron la mano siempre que los necesité. Y al grupito de los Reales, porque sí.

-Jemine Pérez Fernández



introducción



No es nueva la búsqueda de una explicación a la conducta de los niños con problemas de concentración e hiperactividad, cuyos resultados se ven reflejados en una formación errónea de los infantes. Como consecuencia de esto, la APA acepta en 1980 el término TDAH, antes conocido como Trastorno de Déficit de Atención (TDA).

Esta investigación propone la realización de una campaña para concientizar y educar a la población dominicana sobre el TDAH, dando a conocer, mediante técnicas de difusión publicitaria, la problemática a la falta de diagnóstico y trato adecuado, junto a sus respectivas consecuencias.

En República Dominicana hay un gran porcentaje de personas que no tienen conocimiento alguno sobre lo que

es este trastorno y cómo puede afectar el futuro de la población en su conjunto.

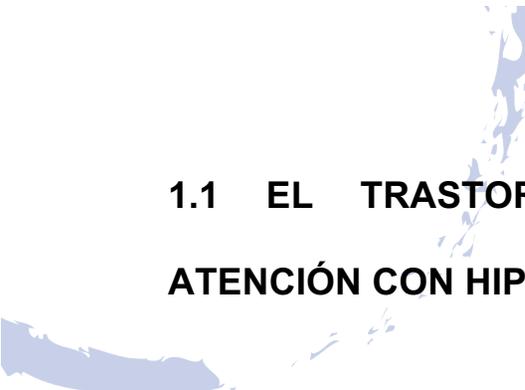
La campaña propuesta ha de ser una posible solución efectiva para la radicación de una enseñanza inadecuada para los niños con esta condición.

Se propone una campaña que busque contribuir a la sociedad la información sobre el TDAH, cómo detectar algunos síntomas visibles, el tratamiento adecuado y demostrar los beneficios que consigo traen la implementación de los conocimientos y aportar con un pequeño hecho, grandes cambios en el mundo.

The background of the slide is a repeating pattern of yellow chain-link links. The links are arranged in a grid, with each link overlapping its neighbors. The color is a bright, slightly golden yellow.

CAPÍTULO I

Marco Teórico



1.1 EL TRASTORNO DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD

1.1.1 Concepto de Trastorno Psicológico

Es un patrón de síntomas psicológicos o comportamientos que afectan al desarrollo de algunas áreas de la vida de las personas que lo padecen.

Entonces cuando nos referimos a la psicología, hablamos del estudio de los procesos mentales y el comportamiento del ser humano en relación con el medio ambiente físico y social que lo rodea.

“Cambio y alteración que se produce en la esencia de las características permanentes que conforman una cosa o en

el desarrollo normal de un proceso junto al cambio en el funcionamiento de un organismo.” (Oxford University Press, 2017)

1.1.2 EI TDAH

“El trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH) es un trastorno del comportamiento infantil, de base genética, en el que se hallan implicados diversos factores neuropsicológicos, que provocan en el niño alteraciones atencionales, impulsividad y sobreactividad motora. Se trata, de un problema genérico de falta de autocontrol con amplias repercusiones en su desarrollo, su capacidad de aprendizaje y su ajuste social.”

(E. Cardo, M. Barceló, 2005).

1.1.3 Tipos de TDAH

1. Presentación predominante falta de atención

Es presencia de periodos cortos de atención (atención sostenida) y se manifiesta en aquellas actividades que no gratifican al niño de manera inmediata, y que le demandan un esfuerzo mental.

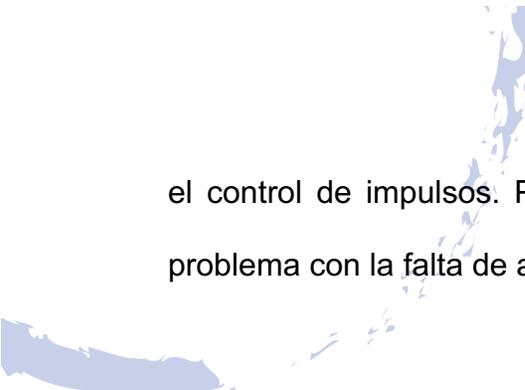
Los chicos que tienen este tipo de TDAH tienen dificultad para poner atención. Se distraen con facilidad, pero no tienen mucho problema con la impulsividad o la hiperactividad. A veces se conoce de manera no oficial como trastorno por déficit de atención o TDA.

Los chicos con este tipo de TDAH pueden pasar desapercibidos porque puede que no causen problema en clase. De hecho, pueden parecer tímidos o abstraídos.

2. Presentación predominante hiperactiv/impuls.

Es una excesiva actividad motora. Tiene diferentes grados de severidad, que va desde los niños inquietos cuando deben permanecer sentados a la hora de comer o cuando deben hacer tareas escolares, hasta aquellos que están en actividad permanente aun cuando la actividad a realizar requiere de un poco más de calma y concentración.

Los chicos que tienen este tipo de TDAH presentan síntomas de hiperactividad y sienten la necesidad de moverse constantemente. También tienen problemas con



el control de impulsos. Por lo general no tienen mucho problema con la falta de atención.

A menudo es más sencillo identificar señales de este tipo de TDAH. Los chicos que lo tienen pueden tener problemas para permanecer sentados en clase y para controlar su comportamiento.

3. Presentación combinada

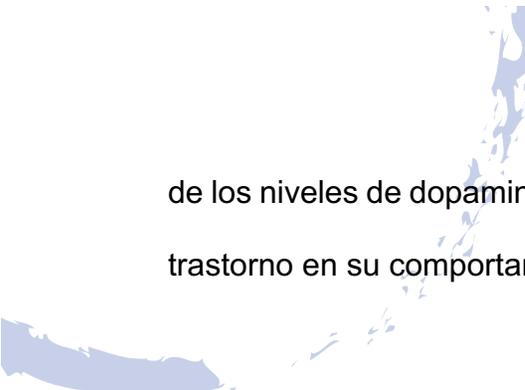
Este es el tipo más común de TDAH. Los chicos que la tienen muestran problemas importantes tanto con la hiperactividad/impulsividad como con la falta de atención.

Si se presentaron suficientes síntomas de ambos criterios, los de falta de atención y los de hiperactividad/impulsividad, durante los últimos 6 meses.

1.1.4 Causas del TDAH en los Niños

Neurobiológicamente se basa en la alteración de la dopamina. La dopamina es un neurotransmisor que controla una parte de la actividad cerebral y que interviene en la búsqueda del placer del individuo.

Este neurotransmisor está relacionado con las funciones motoras del organismo, con el sistema de recompensa y con el control de las hormonas. Por tanto, una alteración



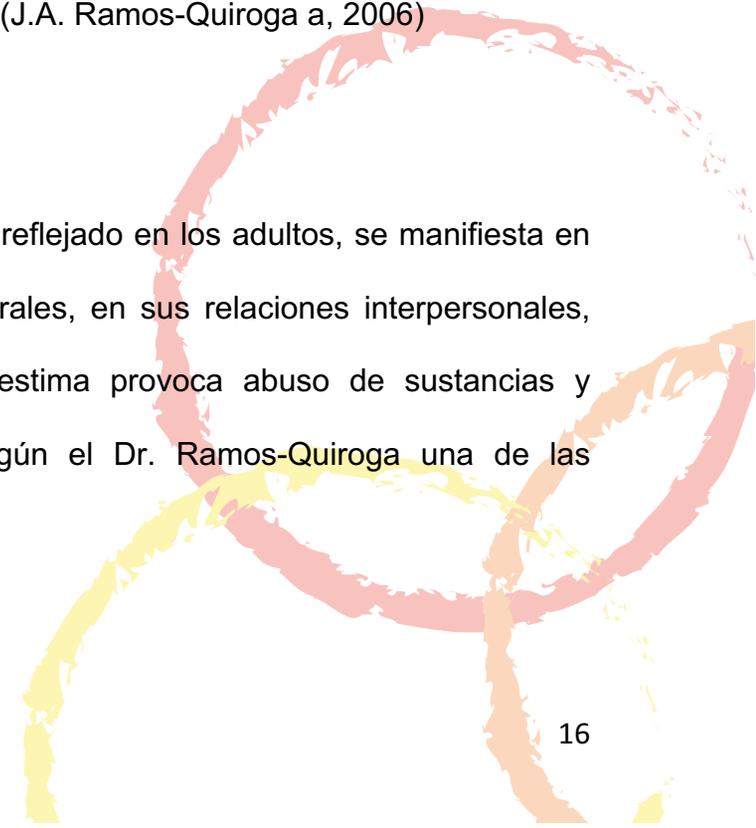
de los niveles de dopamina hace que el individuo tenga un trastorno en su comportamiento.

La dopamina es responsable de nuestra motivación y curiosidad por las cosas. Pero sobre todo está involucrada en la coordinación del movimiento, la toma de decisiones, la regulación del aprendizaje y la memoria.

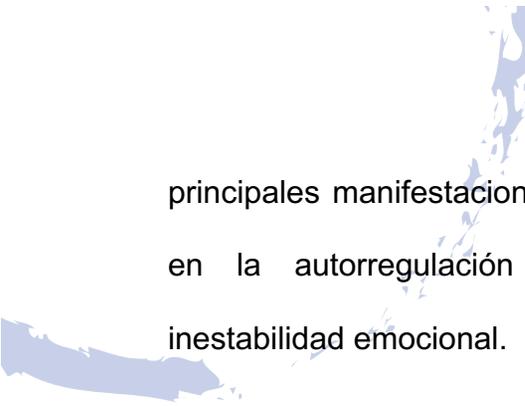
1.1.5 Consecuencias del TDAH en la Adulthood

“En población adulta se dispone de menos datos epidemiológicos, pero los estudios realizados señalan que el TDAH también se manifiesta en personas adultas y con una frecuencia destacada. Los resultados de estos

trabajos han encontrado prevalencias del TDAH entre el 4% y el 5%. Actualmente en España se han diagnosticado solo un 3% de los adultos con TDAH, en muchas consultas de atención primaria y de psiquiatría, muchos adultos acuden a ellas y son tratados de patologías como ansiedad, depresión trastorno de abusos de sustancias, cuando realmente en el fondo estas patologías son cuadros comorbidos de un TDAH de adulto no diagnosticado.” (J.A. Ramos-Quiroga a, 2006)



El TDAH se ve reflejado en los adultos, se manifiesta en problemas laborales, en sus relaciones interpersonales, afecta su autoestima provoca abuso de sustancias y accidentes. Según el Dr. Ramos-Quiroga una de las

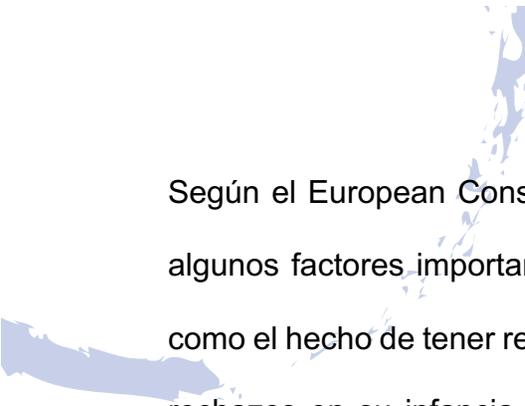


principales manifestaciones en los adultos está el déficit en la autorregulación emocional también llamada inestabilidad emocional.

Como resultado de su investigación se determinó que el 60% de los adultos presentan emociones intensas, problemas para controlarse y una baja respuesta en la activación emocional. Este tipo de problemáticas están presente en los adultos desde muy temprana edad lo que implica la necesidad de una intervención precozmente desde la infancia ya que estos síntomas pueden ser reducidos o evitados en la vida de adultos.

La Dra. Casas-Brugé coparticipe de la investigación del Dr. Ramos-Quiroga indica que los adultos con TDAH tienen mayor riesgo de tener problemas con la policía y en el tráfico. Un censo realizado por la misma en Cataluña resulto en que de todas las personas que habían perdido los puntos en la licencia la gran parte eran adultos con TDAH.

La investigación también formulo la intervención correcta en adultos con TDAH, Explicando que estos síntomas pueden ser tratados de manera efectiva, indicando que la ausencia de tratamiento en adultos resulta en un alto impacto en su vida funcional. Las intervenciones que han resultado más eficaces son los tratamientos multimodales, es decir, medicamentos, psicoeducación, terapias cognitivas y coaching.



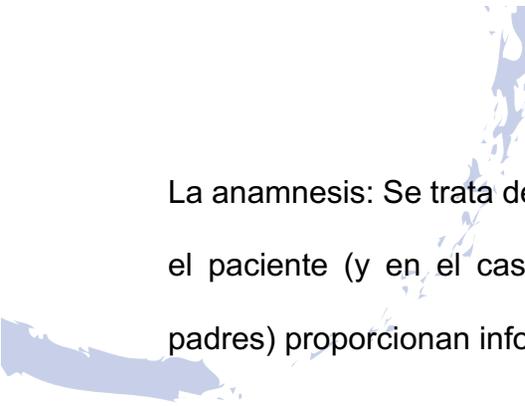
Según el European Consensus se debe tener en cuenta algunos factores importantes con los adultos con TDAH, como el hecho de tener relaciones fugaces, haber recibido rechazos en su infancia y tienen altos niveles de estrés parental.

Un estudio del Dr. Russel Barkley revela que los adultos con TDAH suelen divorciarse 2 veces más que los adultos sin el trastorno, y tienen más probabilidades de relaciones de poca calidad y relaciones extramaritales. “Por regla general los adultos con TDAH están menos satisfechos con sus relaciones, se casan en más ocasiones, y tienen más síntomas psicológicos y de estrés personal (quejas somáticas, problemas interpersonales, hostilidad, depresión, ansiedad, y quejas fóbicas) que sus iguales sin TDAH.” (Barkley, 2013)

1.1.6 Diagnóstico y Métodos de Tratamiento del TDAH en Niños

El TDAH es un trastorno heterogéneo y por lo tanto difícil de diagnosticar. De ahí la importancia de que se acuda a un profesional sanitario cualificado para realizar el diagnóstico (psiquiatra de niños y adolescentes o de adultos, neuro pediatra, neurólogo o pediatra) que cuente con una amplia experiencia en el diagnóstico del Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad.

Los profesionales médicos deben realizar una historia clínica, compuesta principalmente por: anamnesis (mediante entrevistas) y exploración física.



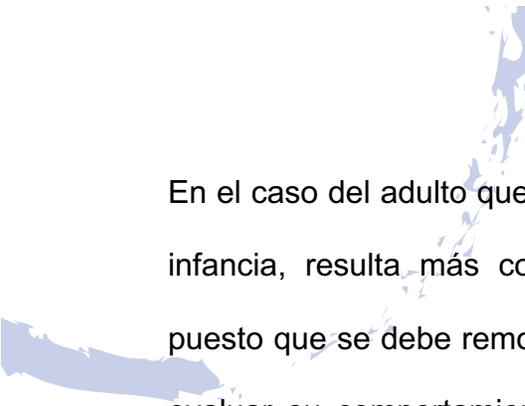
La anamnesis: Se trata de una entrevista clínica en la que el paciente (y en el caso de los menores, también los padres) proporcionan información sobre:

Historia perinatal: El embarazo, el parto, los primeros meses de vida... Esta información resulta importante debido a que se han asociado complicaciones como el consumo de alcohol, tabaco o drogas durante el embarazo con el TDAH.

Presencia de otros trastornos psiquiátricos: Tanto en el paciente como en sus familiares. Se intenta descartar de esta forma un posible caso de TDAH u otro trastorno en los padres.

Síntomas: Cuando se detectaron por primera vez, cuanto duran, en qué ocasiones se producen, como le afectan a nivel funcional. También se evalúa si existe acuerdo sobre los síntomas entre ambos padres, la comunicación entre el niño y los padres, los factores traumáticos entre otros.

Antecedentes familiares: Se trata de un estudio relativo a los trastornos de los antecedentes familiares del paciente. Principalmente, se centra en la investigación sobre casos de trastornos psiquiátricos en general en la familia, y más concretamente en casos de TDAH. Esta parte de la entrevista clínica es importante debido a la evidencia científica demostrada de los factores genéticos en el desarrollo del Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad.



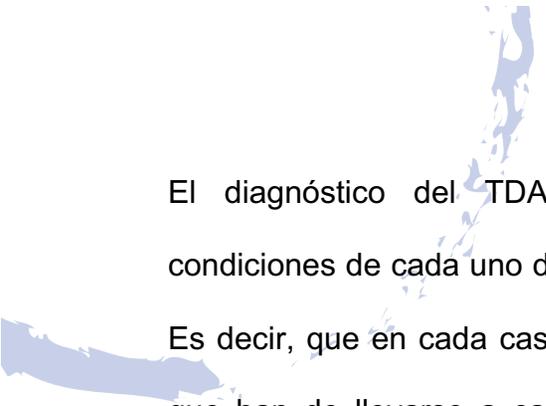
En el caso del adulto que no ha sido diagnosticado en su infancia, resulta más complicado realizar este estudio puesto que se debe remontar a mucho tiempo atrás para evaluar su comportamiento a lo largo del tiempo, y en muchas ocasiones el paciente puede no recordarlo con claridad.

Exploraciones físicas: Estas exploraciones son imprescindibles para descartar la presencia de cualquier enfermedad que pueda explicar los síntomas que presenta el paciente o que pueda contribuir a su presencia.

Comorbilidades: Debido a la alta probabilidad de padecer trastornos comórbidos asociados al TDAH, el especialista deberá evaluar si el paciente presenta síntomas de algún

otro trastorno psiquiátrico y realizar las pruebas oportunas en caso de que haya sospecha de alguna comorbilidad (diagnóstico diferencial). Esto también llevará a determinar en el caso de que se presenten varios trastornos, entre los cuales se encuentre el TDAH, cuál de ellos es el trastorno principal y el que será prioritario a la hora de plantear el tratamiento.

Evaluación psicopedagógica: Una vez realizada la historia clínica, se investiga si existen trastornos del aprendizaje y se evalúa el rendimiento académico del niño a lo largo del tiempo. Para realizar esta evaluación es fundamental la participación de los profesores o el equipo de orientación escolar.



El diagnóstico del TDAH se debe adaptar a las condiciones de cada uno de los pacientes que se evalúa.

Es decir, que en cada caso ha de valorarse las pruebas que han de llevarse a cabo para conseguir realizar un diagnóstico apropiado.

TRATAMIENTO

TERAPIAS

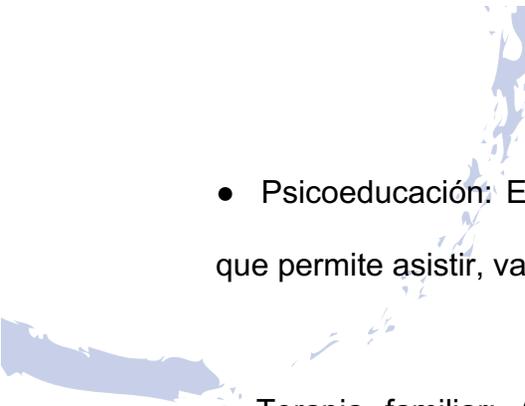
- Grupo de apoyo: Foro para el asesoramiento de personas y el intercambio de experiencias entre pacientes con una afección o meta similar, como la depresión o la pérdida de peso.

- Terapia cognitivo-conductual y verbal, que se enfoca en la modificación de las respuestas emocionales, los pensamientos y los comportamientos negativos asociados con los trastornos psicológicos.

- Manejo de la ira.

- Practicar la concientización, desarrollar estrategias de afrontamiento y evitar factores desencadenantes para minimizar los arrebatos emocionales destructivos.

- Orientación: Rama de la psicología que trata problemas personales relacionados con el estudio, el trabajo, la familia y la vida social.

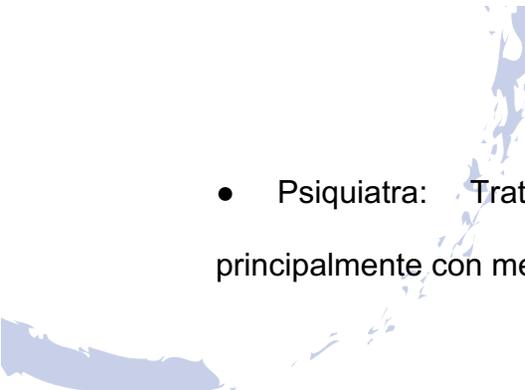
- 
- **Psicoeducación:** Educación sobre la salud mental que permite asistir, validar y fortalecer a los pacientes.
 - **Terapia familiar:** Asesoramiento psicológico que ayuda a las familias a resolver conflictos y comunicarse de manera más eficaz.
 - **Análisis conductual aplicado:** Método de enseñanza que ayuda a los niños autistas a aprender habilidades de importancia social mediante la fomentación de un comportamiento positivo.

MEDICAMENTOS

- **Estimulante:** Aumenta los niveles de neurotransmisores, la frecuencia cardíaca y la presión arterial. Reduce el apetito y el sueño.
- **Potenciadores cognitivos:** Mejoran la función mental, disminuyen la presión arterial y pueden equilibrar el estado de ánimo
- **Antihipertensivo:** Reduce la presión arterial.

ESPECIALISTAS

- **Psicólogo clínico:** Trata los trastornos mentales principalmente con terapia conversacional.



- Psiquiatra: Trata los trastornos mentales principalmente con medicamentos.

- Pediatra: Brinda atención médica a los bebés, niños y adolescentes.

- Médico de atención primaria: Previene, diagnostica y trata las enfermedades.

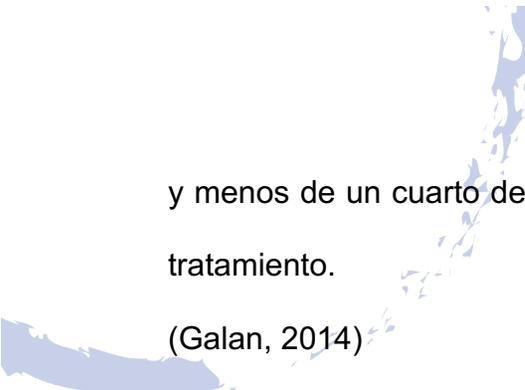
1.1.7 El TDAH en la República Dominicana

En República Dominicana el TDAH es un trastorno que no se ha abarcado en su totalidad, sin embargo, en el 2009 fue parte de La Liga Latinoamericana para el estudio del TDAH (LILA PETDAD), donde unánimemente se declaró

que se harían estudios generales y demográficos para analizar el TDAH a través de la vida.

“El TDAH está entre los primeros problemas de salud mental que afecta a la población de niños y adolescentes, el padecimiento es de origen biológico con participación en su expresión de elementos psicosociales, es también reconocido científicamente a nivel mundial y tiene implicaciones severas en el funcionamiento familiar, escolar, laboral y socioeconómico de los individuos que lo padecen.” (Pérez, 2014)

Según la conferencia de LILA PETDAD realizada en el 2014 existen al menos 36 millones de personas con TDAH



y menos de un cuarto de los pacientes se encuentran en tratamiento.

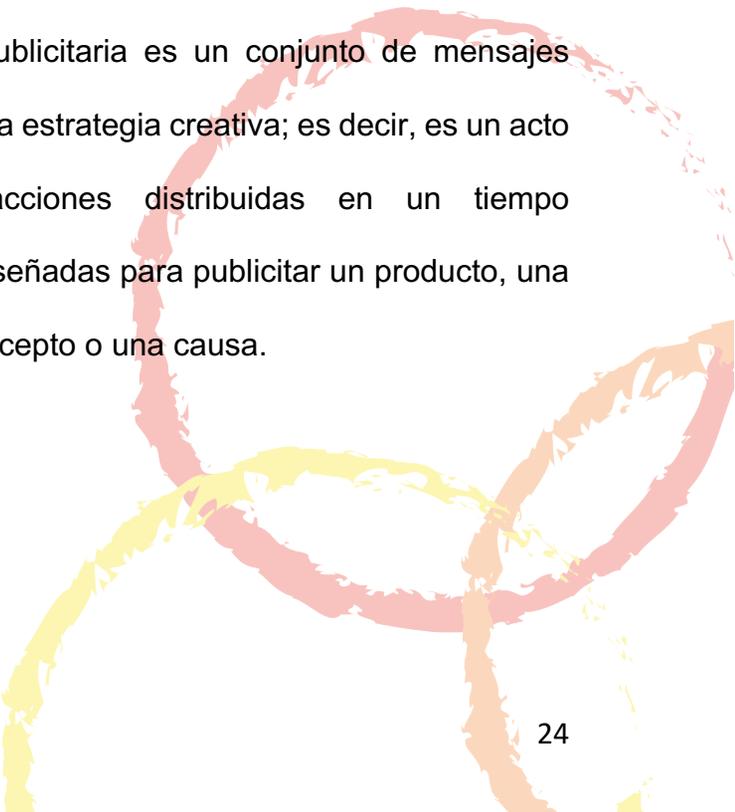
(Galan, 2014)

Aunque el ambiente tiene un papel modulador en su expresión los síntomas del TDAH no son causados por factores sociales, económicos educativos y familiares, sin embargo, esto sí afectan para el tratamiento del mismo. El TDAH no tratado conlleva riesgos y complicaciones que ponen en peligro la integridad física y mental de quien posee el trastorno. Por esta y otras razones el LILA PETDAD se ha comprometido a ser soporte de aquellos países con un sistema de salud y educativo por debajo de la media para tratar a los pacientes con TDAH, sin embargo, República Dominicana no posee una estructura

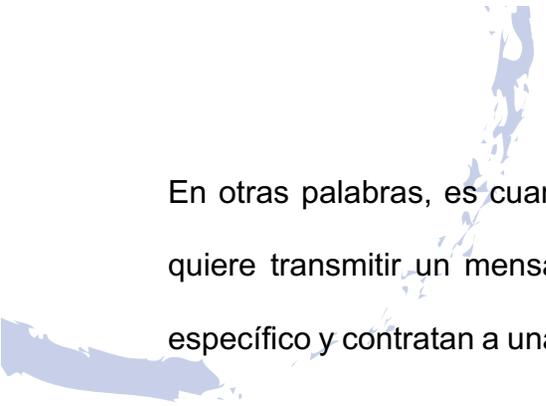
adecuada para tratar el trastorno lo que resulta en una deficiencia en el sistema educativo.

1.2 La Campaña Publicitaria

1.2.1 Definiciones del término campaña publicitaria



Una campaña publicitaria es un conjunto de mensajes resultantes de una estrategia creativa; es decir, es un acto o grupo de acciones distribuidas en un tiempo determinado y diseñadas para publicitar un producto, una compañía un concepto o una causa.



En otras palabras, es cuando una empresa, entidad, etc quiere transmitir un mensaje a un segmento de público específico y contratan a una agencia para hacer el trabajo.

La Real Academia Española define el término campaña como un “conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado.” Como también “período de tiempo en el que se realizan diversas actividades encaminadas a un fin determinado”. (La Real Academia Española, 2014).

Por lo que una campaña publicitaria es “la totalidad de los mensajes que resultan de una estrategia creativa; dicho de otra manera, es la suma de todos los esfuerzos

publicitarios que una empresa hace en una situación determinada de la vida de un producto.” (Elisea J. G., 2009)

1.2.2 Etapas de una campaña publicitaria

Según ANC Agencia publicitaria, para la realización de una campaña publicitaria exitosa o funcional, se recomienda seguir las siguientes 8 etapas: (ANC Comunicación Publicitario, 2011)

1.- Briefing: “Documento escrito mediante el cual el anunciante ofrece un cuadro exhaustivo y coherente de la situación de la comercialización, y en el que se definen las



competencias de la agencia”. (ANA (Association of National Advertisers), 1996)

2.- Estrategia de comunicación: la manera en la que se expresará el mensaje, el idioma, el estilo, tiempo, etc.; lo recogido en el briefing y siguiendo los objetivos marcados por el anunciante.

3.- Planificación de medios: elección de cuales serán los medios de comunicación a utilizar, dependiendo plenamente de la etapa anterior (estrategia de comunicación) y de el target o público objetivo seleccionado.

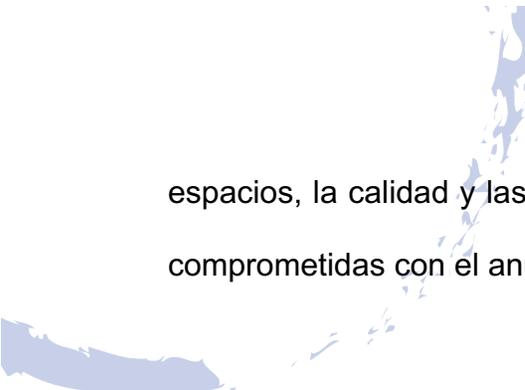
4.- Presentación Pre-Campaña: la agencia presenta al cliente el plan o estrategia de cómo piensa hacer la campaña (estableciendo todo lo anterior planificado).

5.- Presentación de la Campaña

6.- Control de Calidad: realización de una prueba para comprobar si lo realizado en la etapa anterior cumple con los objetivos propuestos.

7.- Presentación al anunciante de la Campaña final para su aprobación.

8.- Acción: la agencia contrata los medios, realiza el material definitivo y se responsabiliza de que cumplan los



espacios, la calidad y las fechas señaladas que han sido comprometidas con el anunciante.

1.2.3 Tipos de campaña publicitaria

Según el economista y especialista en mercadeo, Philip Kotler, las campañas publicitarias se dividen en 5 clasificaciones:

- Según la identificación del producto.

NO COMERCIALES:

- Propaganda: Cuando no hay una recompensa monetaria alguna por la campaña realizada.
- Cívica o de bien pública: Aquellas campañas realizadas por entidades altruistas. Invitan a obrar,

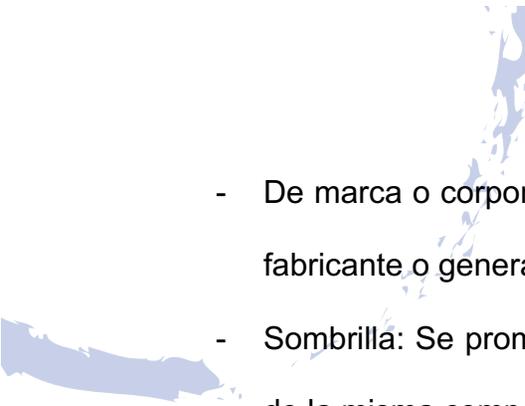
a congregarse alrededor de causas importantes para conglomerados sociales, etc.

COMERCIALES:

- Institucional o de imagen: Normalmente este tipo de campaña es confundida con las campañas cívicas, pero a diferencia de estas las institucionales buscan presentarle al espectador una imagen de la empresa para llegar a su moral.

MARKETING:

- Industrial o genérica: Dirigidas a productores o comercializadores de un producto en común.
- Cooperativa: Aquella que se da a entender la relación entre varios productos, por ejemplo: la empresa y la cadena distribuidora.

- 
- De marca o corporativa: Se destaca el nombre del fabricante o generador de servicios.
 - Sombrilla: Se promocionan un grupo de productos de la misma compañía con un solo mensaje.
 - Individuales, para bienes de consumo.
- Según el objetivo de la campaña.

EXPECTATIVA (teaser o intriga)

Crea curiosidad en el público objetivo.

LANZAMIENTO

Da a conocer un nuevo producto o servicio e informa cuál es su concepto.

SOSTENIMIENTO

Refresca la memoria del consumidor y mantiene el nivel de la marca.

REACTIVACIÓN

Si el posicionamiento se muestra muy afectado, una campaña de reactivación sirve para apuntalarlo con fuerza.

RELANZAMIENTO

Muestra el cambio de una marca ya existente.

REPOSICIONAMIENTO

Se muestra una rivalidad entre la empresa que publica y la competencia directa e/o indirecta de la misma.



VENTA FUERTE

Campañas que muestran “ofertas” de oportunidad y/o con límites de tiempo.

- Según el receptor de la comunicación.

SEGÚN LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA del receptor

El sitio donde se pueda alcanzar el público objetivo, da lugar a que las campañas sean locales, nacionales, internacionales, etc. Existen hábitos y comportamientos regionales, para los cuales se debe utilizar un lenguaje apropiado.

SEGÚN LA RELACIÓN DEL RECEPTOR CON EL PRODUCTO

Obliga a que se dirijan campañas al consumidor final o a los vendedores.

SEGÚN ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

El sexo, la cultura, la religión, la edad, etc indicarán el público meta.

- Según la oferta.

SEGÚN LA ACTITUD COMPETITIVA

DE CORRECCIÓN DE POSICIONAMIENTO

DE RECORDACIÓN O AFIANZAMIENTO

- Según las guías de ejecución,

EMOCIONALES

Apelan a la moral del consumidor. Intentan atraer con estilos de vida, esperanzas y sensaciones, y hacer predominar las emociones, sobre todo buscando aumentar las connotaciones de prestigio del producto.

RACIONALES

Orientados hacia la lógica, con mucha información, argumentos y atmósfera racionales.

1.2.4 Medios de comunicación

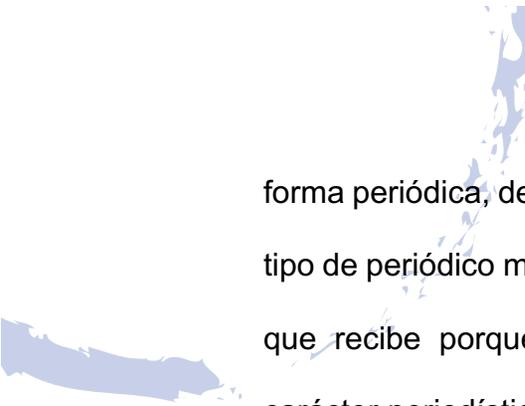
“Un medio de comunicación es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a

aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas. Son las herramientas a través de las cuales un mensaje tiene la posibilidad de ser transmitido a otra persona o a un grupo más extendido de ellas.” (Equipo de Redacción de Concepto.de, 2017)

Es decir que los medios de comunicación son canales que se utilizan para la difundir un mensaje de manera masiva para un público meta.

Dentro de los medios de comunicación se encuentran (Equipo de Redacción de Concepto.de, 2017):

“Periódico: Es la máxima representación de los medios escritos y los mismos son publicados de



forma periódica, de allí se desprende su nombre. El tipo de periódico más conocido es el *diario*, nombre que recibe porque su tirada es diaria, y es de carácter periodístico. En la actualidad, los diarios y periódicos también cuentan con su versión online, es decir que tienen presencia en internet.

Radio: Es uno de los medios de comunicación con mayor alcance, ya que debido a la transmisión de ondas es capaz de llegar a lugares remotos.

Televisión: La televisión es un artefacto que transmite imágenes a la distancia, como bien puede deducirse del significado griego de su nombre. Se compone de los denominados “programas de

televisión”, los cuales pueden tener temáticas muy diferentes entre sí. Es uno de los medios con más alcance y efecto sobre las masas.

Redes Sociales: Compone a todas las formas actuales de comunicación que existen en internet, principalmente Facebook, Twitter e Instagram.”

1.2.5 Campañas publicitarias de concienciación en República Dominicana.

Todo tipo de campaña publicitaria ha sido realizada a nivel Nacional; con bases comerciales, sociales, de causas y lucrativas. Cada una de estas tiene distintos significados y metas, dependiendo de su objetivo y medio de difusión.

Las campañas comerciales tienen como objetivo maximizar los puntos en las ventas y participación en el mercado junto a satisfacer las necesidades del cliente.

Si para una empresa una campaña no es claramente útil, no invertirá en este objetivo pues lo práctico es un enfoque prioritario en las inversiones. El objetivo principal de una organización orientada al marketing, es alcanzar los márgenes de utilidad siendo entes de satisfacción ante las necesidades del cliente. Es decir, una campaña que



Fuente: Imágen extraída de la página oficial de la Cervecería Nacional Dominicana (<http://www.cnd.com.do>)

pretende vender algún producto o servicio, por ejemplo, Cervecería Nacional Dominicana, con su campaña “Un mejor mañana”.

El **Marketing Social** pretende lograr el cambio social que sirva y aporte al bienestar de la sociedad y crear presencia de marca en la sociedad. Un ejemplo para



Fuente: Página oficial de Coca Cola Company RD (<http://www.coca-cola.com.co/es/do/home/>)

este tipo de mercadeo es la campaña PLANETA TE

QUIERO, una campaña de Coca Cola, edificante, unificador, integrador y constructivo, que sirvió de plataforma para fomentar la reforestación, cuidado del medio ambiente y el tomar hábitos más saludables para el planeta. La cual, educar a los ciudadanos para el buen uso de nuestro entorno y su cuidado responsable y productivo.

El **Marketing de Causas** tiene como objetivo principal ser parte del cambio en la sociedad sin omitir el objetivo de lucro de las empresas a través de la ayuda a fundaciones y a la población como tal. La campaña “Juntos por la Cura” de Nestlé es ejemplo de marketing de causas, ya que busca el bienestar de sus consumidores vendiendo cereales saludables y promoviendo el cuidado físico.



Fuente: Imágen extraída de la página oficial de Nestlé Dominicana (<https://www.nestle.do>)

El **marketing no lucrativo** busca alcanzar los indicadores de crecimiento y a la vez satisfacer las necesidades del target. Un ejemplo de esto es la campaña patrocinada por el Ministerio de la Mujer, “Cosa de Hombres”, buscando detener la violencia de género desde una perspectiva diferente.



Fuente: Imágen extraída de la página oficial del Ministerio de la Mujer (<http://www.mujer.gob.do>)

1.3 MINERD

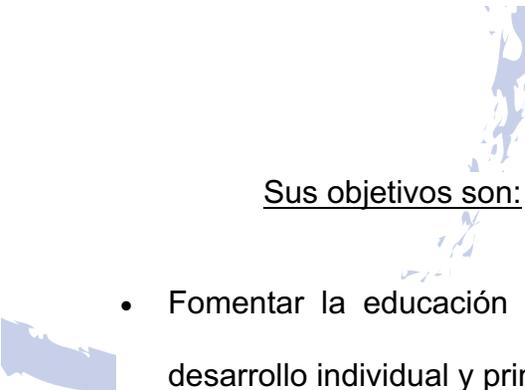
1.3.1 Definición institucional y objetivos

Es una institución gubernamental encargada de la educación de la República Dominicana, esta tiene

por obligación cumplir con las gestiones necesarias para los procesos de las escuelas públicas y los colegios privados.

Su función es garantizar a los dominicanos una educación de calidad mediante la formación de hombres y mujeres éticos y críticos y de esta forma contribuir al desarrollo nacional.

Buscar ser una opción la opción principal de servicio educativo para los dominicanos de toda posición sociocultural e individual proporcionando cobertura, calidad y condiciones óptimas para su permanencia, tomando en cuenta los siguientes valores: Identidad, justicia, equidad, calidad, búsqueda de excelencia, desarrollo integral, compromiso y responsabilidad.



Sus objetivos son:

- Fomentar la educación como recurso esencial para el desarrollo individual y primordial para el desarrollo social.
- Formar personas capaces de contribuir eficientemente al progreso del país, mediante la creación de una conciencia de nación y la estimulación de la capacidad productiva nacional.
- Dotar de una educación apropiada, gratuita y equitativa a todos los dominicanos, sin exclusiones.
- Proteger y orientar la utilización racional de los recursos naturales, la defensa de la calidad del medio ambiente y el equilibrio ecológico.
- Fomentar la interacción entre la vida educativa y la vida de la comunidad, a fin de propiciar la apropiación de los

conocimientos y técnicas, de acuerdo con el desarrollo biopsicosocial de los ciudadanos.

- Proveer los recursos necesarios para el desarrollo exitoso de los planes educativos.

1.3.2 Relación con el tema

Teniendo como base que el TDAH es un trastorno que afecta a los niños en todas las áreas de su vida y más en el ámbito escolar, es importante que la institución encargada de la educación en República Dominicana tenga un conocimiento adecuado para que los profesores sepan detectar un comportamiento diferente a los otros niños y tengan las herramientas necesarias para impartir clases de manera que tanto los niños con y sin TDAH

tengan un aprendizaje adecuado de acuerdo sus necesidades y mantengan un buen rendimiento en su ambiente escolar.





CAPÍTULO II
Marco Metodológico

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1 Definición conceptual

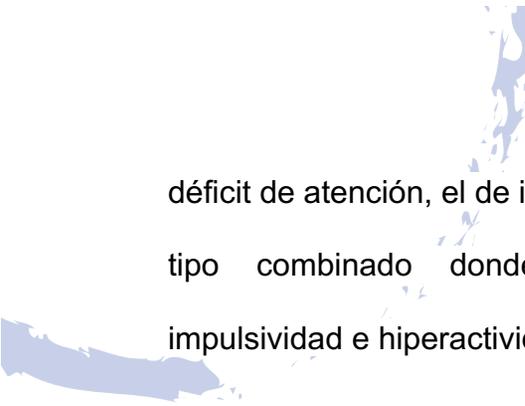
El TDAH es un trastorno del comportamiento bastante frecuente, ya que se estima que afecta a entre el 8 y el 10% de los niños en edad escolar. Los niños son tres veces más propensos que las niñas a padecerlo, aunque todavía se desconoce la causa.

Los niños con TDAH actúan sin pensar, son hiperactivos y tienen problemas de concentración. Pueden entender lo que se espera de ellos pero tienen dificultades para completar las tareas, ya que les cuesta estarse quietos, prestar atención y atender a los detalles.

Por tanto, podemos ubicar al TDAH:

“Como un trastorno que afecta mayoritariamente a niños y adolescentes, aunque también puede extenderse a la vida adulta. El TDAH afecta negativamente al ámbito académico-laboral, al emocional y al social. Es una condición transcultural, incide mayormente en población en etapa escolar y los síntomas pueden persistir en la vida adulta.” (Mayor & Garcia, 2011)

De acuerdo con la APA (Asociación Americana de Psiquiatría), en su manual de diagnóstico general, se establecen 3 subtipos del TDAH, según la presentación del síntoma predominante: el tipo con predominio del

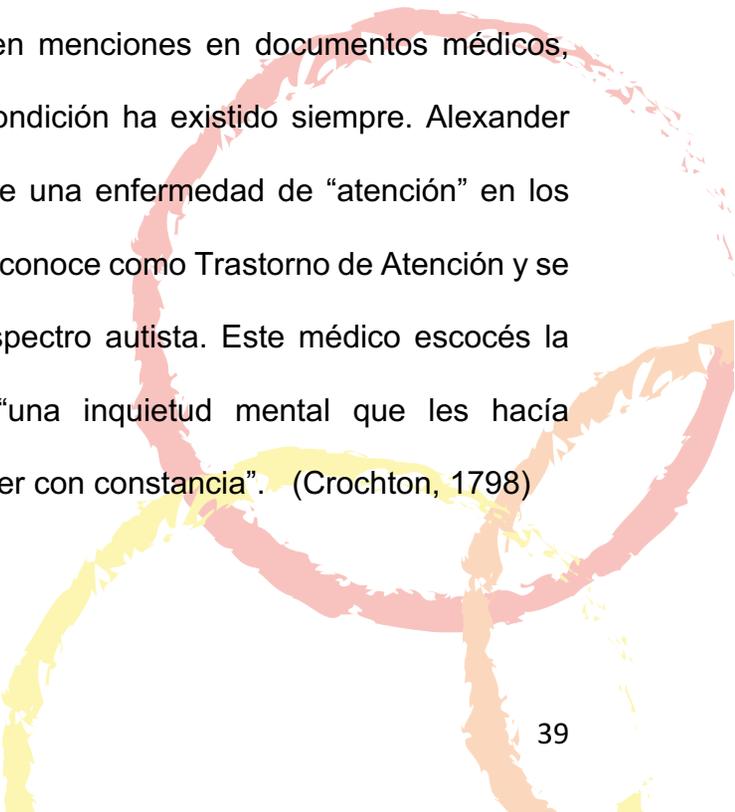


déficit de atención, el de impulsividad e hiperactividad y el tipo combinado donde predominan síntomas de impulsividad e hiperactividad.

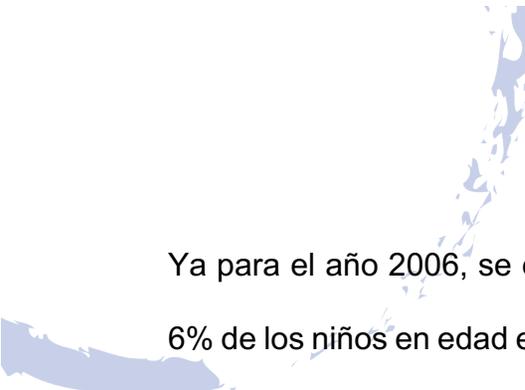
En República Dominicana, el diagnóstico de este trastorno es muy pobre, y manejado exclusivamente por el sector privado. La ignorancia respecto a la condición que presentan estos niños resulta un problema y obstáculo para el buen desarrollo de estos en la sociedad dominicana. Para evitar esto, surge el objetivo principal de este trabajo: una campaña publicitaria que concientice y fomente el conocimiento acerca del TDAH. Se puede establecer un trabajo publicitario en una campaña ubicada en los distintos medios de comunicación para lograr

informar, concientizar y fomentar el conocimiento del TDAH en el país.

Se puede tener la impresión que el déficit de atención es de aparición reciente, como si fuera el diagnóstico de moda. Aparece en la literatura médica al final del siglo XVIII y recién se tuvo mayor conocimiento sobre este síndrome a mediados del siglo XX.



En 1798 aparecen menciones en documentos médicos, aún cuando la condición ha existido siempre. Alexander Crochton describe una enfermedad de “atención” en los niños que hoy se conoce como Trastorno de Atención y se agrupa con el espectro autista. Este médico escocés la describe como “una inquietud mental que les hacía incapaz de atender con constancia”. (Crochton, 1798)



Ya para el año 2006, se estimaba que el entre el 3% y el 6% de los niños en edad escolar presentan este síndrome. La mayoría se trata con medicamentos estimulantes y no estimulantes. La gran cantidad de diagnósticos y tratamientos con medicamentos hace creer que se hace con exceso. Aunque independiente de la terapia médica que se siga, los diagnósticos corresponden a la realidad.

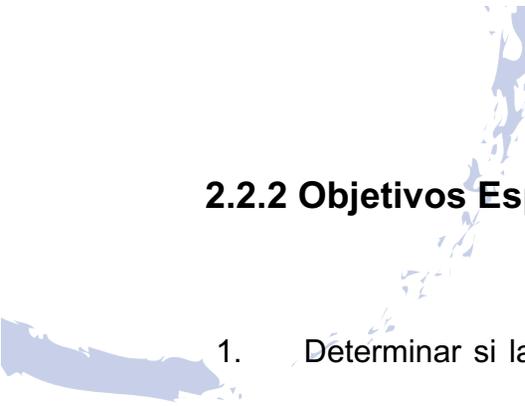
En Santo Domingo, República Dominicana, no se han realizado campañas que fomenten, informen o intenten persuadir a la comunidad acerca del TDAH y el cuidado y diagnóstico de estos niños. Esto se puede ver en la falta de estudios al respecto y el constante referimiento del sector público al privado respecto al trastorno.

Como solución a la problemática, se propone una campaña de concientización a los ciudadanos dominicanos acerca de los niños con TDAH, su diagnóstico, síntomas y el trato correcto, así motivar a la población a cuidar y educar correctamente a quienes poseen esta condición.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo General

Diseñar una campaña de concientización sobre los niños con TDAH para el MINERD en Santo Domingo.



2.2.2 Objetivos Específicos

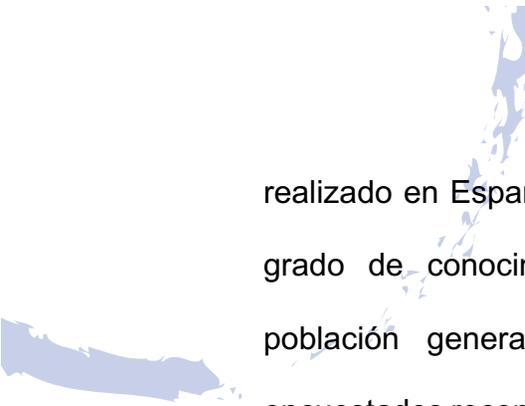
1. Determinar si la falta de conocimiento sobre el TDAH es un problema en la formación temprana de los niños con esta condición en República Dominicana.
2. Indicar si los padres y maestros son capaces de detectar un niño con TDAH identificando los síntomas y/o señales.
3. Definir el plan de mercado más factible para la colocación de una campaña de bien social acerca de los niños con TDAH en República Dominicana.

2.3 JUSTIFICACIÓN

La importancia del tema propuesto recae en la falta de conocimiento del TDAH en la población dominicana, y la ausencia de métodos correctos para el trato del mismo, lo que provoca una debilidad en la integración y efectividad en el manejo temprano de los niños con dicha condición.

Según parámetros del Shine Pharmaceutical Ibérica, 5% de los niños alrededor del mundo tienen TDAH, lo que exige un progreso en el conocimiento y concientización del mismo.

“Pese a la alta prevalencia del TDAH, nos encontramos ante una realidad social de desconocimiento sobre el trastorno. En un estudio



realizado en España con el objetivo de conocer el grado de conocimiento sobre el TDAH de la población general, solamente un 4% de los encuestados reconocían el término TDAH y un 33% consideraba que el TDAH se debía a un entorno familiar o escolar desorganizado.” (Shine Pharmaceutical Iberica, 2015)

La falta de formación, información y atención sobre el TDAH tiene consecuencias negativas directas sobre los niños, sus familiares, amigos y otras personas de su entorno, que sufren el estigma, la insensibilidad y la falta de consideración hacia el trastorno. Las consecuencias de esto afectan al país de forma directa, pues el desconocimiento del trastorno conlleva a una educación y

formación no adecuada, y resta personas hábiles y en completa facultad al sistema organizacional y laboral de una población, restando empleados y ciudadanos funcionales a la sociedad dominicana.

La campaña propuesta está hecha para suplir con la demanda social, por ende establecer una cultura de conocimiento acerca del TDAH con el blanco de público que fomentaría el bienestar de quienes tienen el trastorno y eventualmente erradicar la ausencia de un trato adecuado para quienes viven con esta condición.

2.4 MARCO REFERENCIAL

2.4.1 Marco Teórico

El TDAH es un trastorno que altera el comportamiento, aprendizaje y la capacidad de concentración de los niños por tanto afecta el desarrollo del infante en su ambiente social, familiar y escolar.

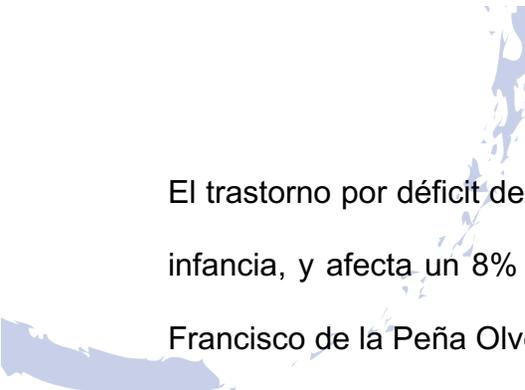
(Cardo & Servera, 2005):

“El trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH) es un trastorno del comportamiento infantil, de base genética, en el que se hallan implicados diversos factores neuropsicológicos, que provocan en el niño alteraciones atencionales, impulsividad y sobreactividad motora. Se trata, de un problema

genérico de falta de autocontrol con amplias repercusiones en su desarrollo, su capacidad de aprendizaje y su ajuste social.”

L. Molinero, J. Villalobos, M. Redondo, A. Martín, M. Rivera, F. Sanz, 2009:

“El TDAH se caracteriza por un patrón mantenido de inatención y/o hiperactividad- impulsividad, que es más frecuente y grave que el observado en sujetos de un nivel de desarrollo similar. Los síntomas, según criterios DSMIV-TR, deben presentarse en dos o más ambientes, antes de los 7 años de edad y causar un deterioro clínicamente significativo de la actividad social, académica o laboral”.



El trastorno por déficit de atención se presenta durante la infancia, y afecta un 8% de los infantes. Como lo afirma Francisco de la Peña Olvera.

“El TDAH es uno de los problemas de salud mental más frecuente en la población pediátrica, se estima su prevalencia en la población abierta entre el 3% y el 4%, la más elevada corresponde al grupo de niños entre los 6 y los 9 años que es del 8%”.

(Olvera, Palacion, & Pérez, 2010)

Un gran porcentaje de los niños con TDAH presentan varios problemas agregados, a los que se le denomina como comorbilidad.

(Artigas-Pallarés, Comorbilidad en el TDAH, 2003):

“En un estudio realizado en Suecia por el grupo de Gillberg, se ponía en evidencia que el 87% de niños que cumplían todos los criterios de TDAH tenían, por lo menos, un diagnóstico comórbido, y que el 67% cumplían los criterios para, por lo menos, dos trastornos comórbidos”.

Dentro de los problemas de comorbilidad están; la falta de atención, la hiperactividad, la impulsividad, que son los síntomas más comunes que presenta el TDAH, y estos afectan la conducta del infante en todas las áreas en la que se puede relacionar o desarrollar.

Villanueva, 2016:

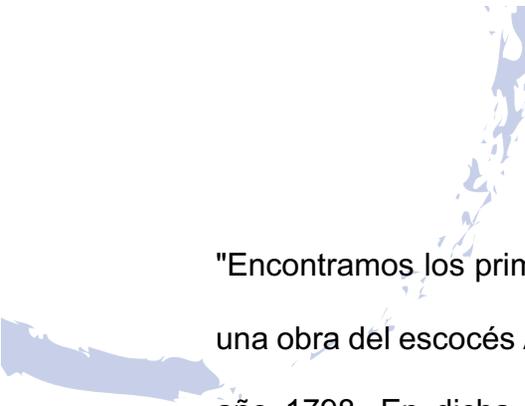
“Este problema se conforma por la suma de tres grupos de síntomas; como son el déficit de atención, la hiperactividad o la impulsividad. Es importante diferenciar estos síntomas de las conductas evolutivamente normales del niño, y por supuesto de otros problemas o trastornos que pueden presentar síntomas similares. En otras palabras, no todos los niños que se mueven mucho o tiene problema para atender tiene un TDAH.”. Villanueva, (2016)

En concreto, el TDAH es una realidad social que se debe enfrentar y aprender a trabajar para con ella. Servera lo define en un contexto actual:

“El trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH), probablemente, y dejando al margen las discapacidades psíquicas, sea el trastorno psicopatológico de mayor impacto en el desarrollo y en la vida del niño, su familia y su entorno en general.” (Servera, 2005)

2.4.2 Antecedentes del Problema

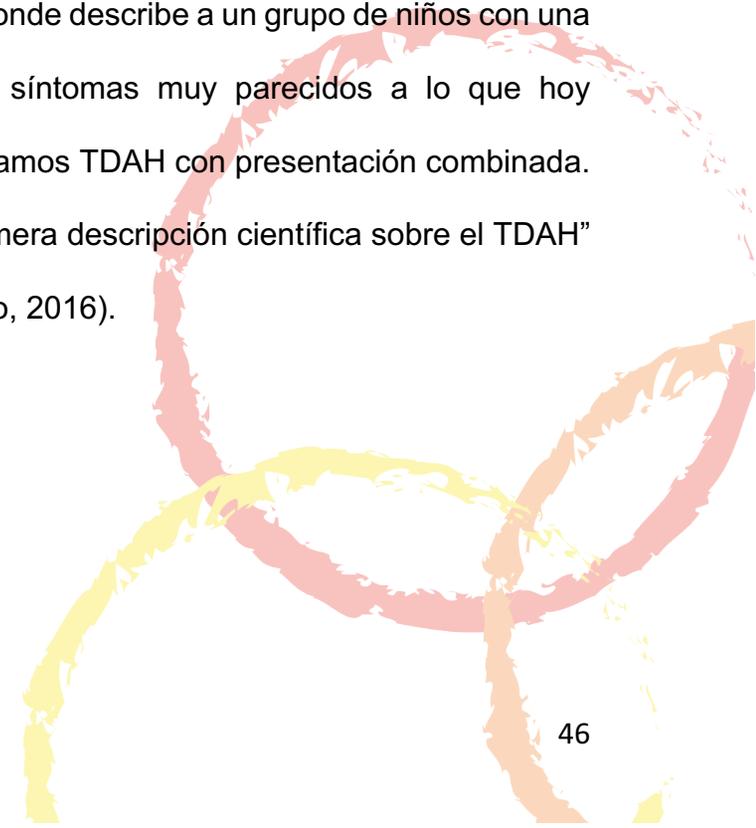
El TDAH no siempre fue aceptado por la APA (Asociación Psiquiátrica Americana), era considerado como desobediencia o mal crianza de los niños, pero todo cambió a medida que este problema fue creciendo. El español Rafael Guerrero en el 2016, en su libro TDAH: Entre la patología y la normalidad, narra:

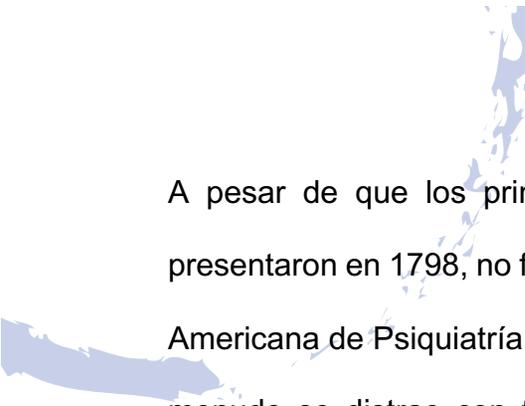


"Encontramos los primeros escritos sobre el TDAH en una obra del escocés Alexander Crichton, que data del año 1798. En dicha obra, que tenía por título 'Una investigación sobre la naturaleza y el origen de la enajenación mental', Crichton describía los síntomas de lo que hoy conocemos como TDAH con presentación inatenta. A esta manifestación le dio el nombre de 'mental restlessness' (inquietud mental), y ponía el acento en la dificultad de los chicos que la padecían para poder prestar atención de manera correcta" (Guerrero, 2015)

Rafael Guerrero también comparte:

"En 1845, el alemán Heinrich Hoffmann, médico psiquiatra, escritor e ilustrador de cuentos, publica la obra Der Struwwelpeter (Pedro melenas), donde relata sobre 'Felipe el nervioso' y describe los problemas de atención e hiperactividad de este niño. Más tarde, en 1902, George Still, médico inglés, publica un artículo en la prestigiosa revista Lancet donde describe a un grupo de niños con una serie de síntomas muy parecidos a lo que hoy denominamos TDAH con presentación combinada. Es la primera descripción científica sobre el TDAH" (Guerrero, 2016).





A pesar de que los primeros indicios del trastorno se presentaron en 1798, no fue hasta 1980 que la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) estimó que "el niño que a menudo se distrae con facilidad, tiene dificultades para concentrarse en sus deberes, hay que llamarle la atención en casa con frecuencia o se sube a los muebles, estaba mostrando síntomas de trastorno mental."

Hoy en día "El trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) es uno de los trastornos psiquiátricos más frecuentes en la infancia, ya que afecta entre el 3 y el 6% de los niños. Tiene elevada comorbilidad, ya que con frecuencia aparece acompañado de otros problemas. Se transmite en familias con un alto

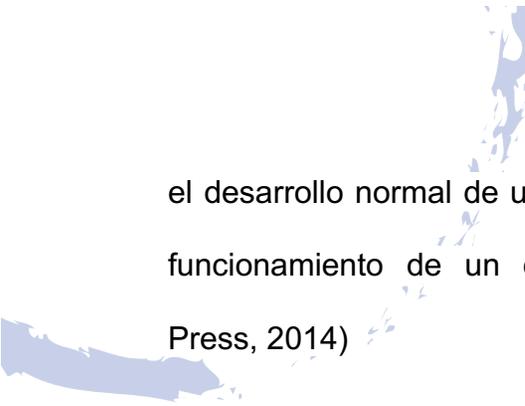
componente genético y factores medioambientales no completamente conocidos" (Esperón, 2008)

Por lo que podemos comprobar que este trastorno afecta cada vez más a las personas a medida que van pasando las generaciones, y aparecen cada vez más ciudadanos que no saben tratar el tema, es decir, no saben cómo identificar a las personas que padecen del TDAH ni cómo tratarlos.

2.4.3 Marco Conceptual

Trastorno

"Cambio y alteración que se produce en la esencia de las características permanentes que conforman una cosa o en



el desarrollo normal de un proceso junto al cambio en el funcionamiento de un organismo." (Oxford University Press, 2014)

Déficit

"Definido como cualquier pérdida o anomalía de la estructura o función psicológica anatómica o fisiológica que puede ser temporal o permanente, innata o adquirida." (A.P.M, 2010)

Hiperactividad

"Se caracteriza por excesiva intranquilidad, concentración lábil, reducción del tiempo de atención y pobre control de impulsos. Estas características determinan frecuentes

dificultades en la conducta y el aprendizaje escolar." (Innatia, 2016)

Cormobilidad

"La presencia de enfermedades coexistentes o adicionales en relación con el diagnóstico inicial." (CAT Barcelona, 2008)

Impulsividad

"Designa un trazo de la personalidad, una forma de comportarse de un individuo que actúa sin prever las consecuencias que pueden comportar sus actos, por lo cual podemos encontrar en pacientes afectados de patologías neuropsiquiátricas como el trastorno bipolar o



el trastorno de la personalidad borderline." (Jeff Francois, CCM, 2014)

Cognitivo

"Conjunto de actos y estrategias que se llevan a cabo con la intención de lograr o difundir un determinado objetivo." (María Merino, 2014).

Concientización

"Indica aquella 'acción cultural por la liberación', propia de una acción educativa, que tiende a desmitificar la realidad y a preparar al hombre a actuar en la praxis histórica, en base a la cual la toma de conciencia emerge como intencionalidad y el hombre no es solamente un contenedor de cultura, sino, en el contexto dialéctico con

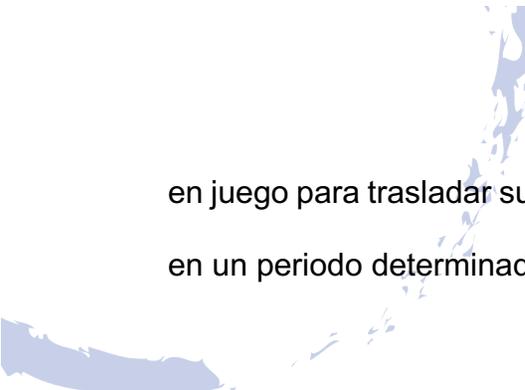
la realidad, deviene creador de cultura en un proceso de conocimiento activo, auténtico y dinámico." (Paulo Freire, Sobre la acción cultural, 2012)

Campaña

"Conjunto de actos y estrategias que se llevan a cabo con la intención de lograr o difundir un determinado objetivo." (María Merino, 2014).

Estrategia de Comunicación

"Herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner



en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado." (Bolunta, 2002)

2.5 DISEÑO METODOLÓGICO

2.5.1 Tipo de Investigación

Por la naturaleza de la información que se utilizará, la investigación será mixta, usando un carácter descriptivo, pues se representará el problema y se determinarán sus indicios, desarrollo, evolución, entre otras variables de importancia. De la misma forma se utilizará el carácter explicativo con el propósito de indicar causas y efectos del tema a estudiar. También se empleará la investigación de campo, ya que se apoyarán en informaciones que

proviene entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

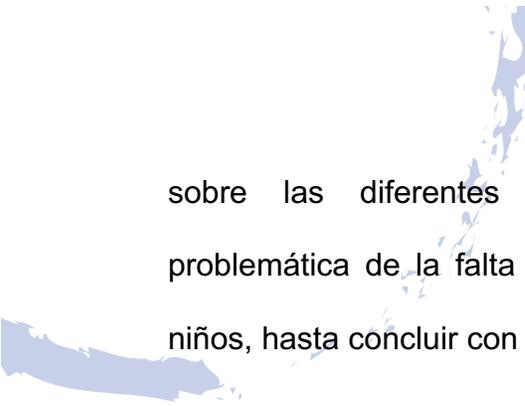
2.5.2 Método de investigación

2.5.2.1 Métodos cuantitativos

Además, se utilizará el método estadístico, donde se analizará el resultado cualitativo y cuantitativo de la investigación para medir las variables de la problemática.

2.5.2.2 Métodos cualitativos

El método de investigación a utilizarse será el método deductivo ya que se partirá de proposiciones generales



sobre las diferentes situaciones que causan la problemática de la falta conocimiento del TDAH en los niños, hasta concluir con proposiciones específicas.

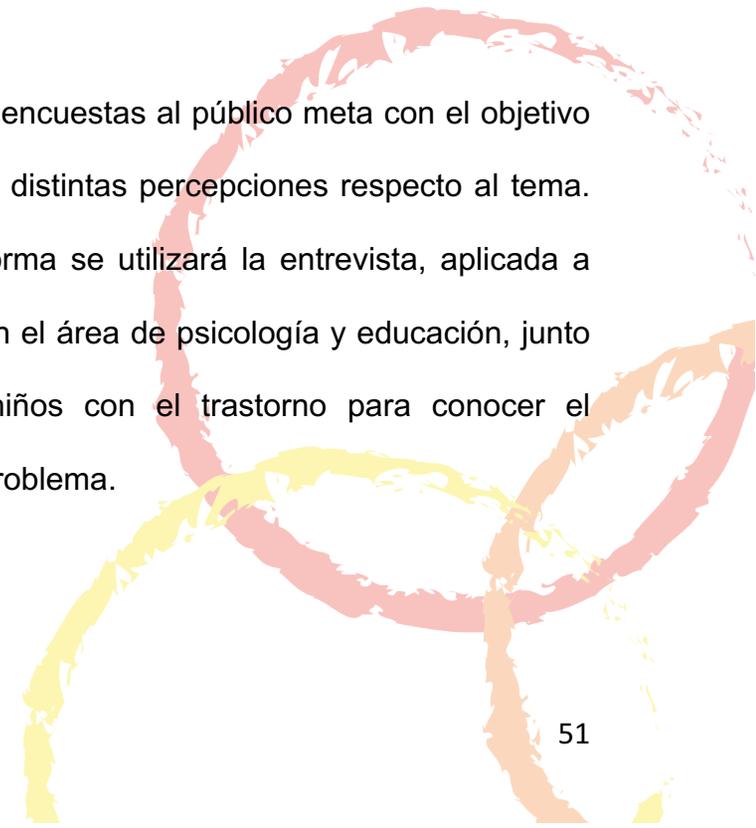
Se utilizará de igual forma el método analítico con el fin de descomponer un todo en sus diferentes elementos. Así se determinará cuáles son las estrategias adecuadas para la campaña.

2.5.3 Técnicas de investigación

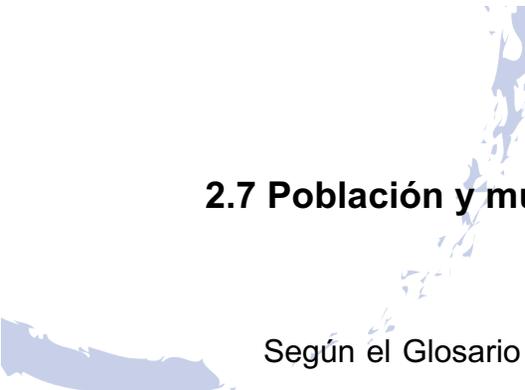
Se utilizarán encuestas, para aplicarlas al público objetivo con la finalidad de detectar sus distintas percepciones.

También se empleará la entrevista, dicha técnica se les aplicará a profesionales en el área de psicología y magisterio para conocer el desarrollo de la problemática, junto a la observación de los niños con TDAH en el ámbito escolar y sus hogares.

2.6 Técnicas e instrumentos



Se aplicarán encuestas al público meta con el objetivo de detectar sus distintas percepciones respecto al tema. De la misma forma se utilizará la entrevista, aplicada a profesionales en el área de psicología y educación, junto a padres de niños con el trastorno para conocer el desarrollo del problema.



2.7 Población y muestra

Según el Glosario de conceptos de Estadística de la Facultad de Psicología UBA, la población “Es el conjunto de todos los elementos sobre los cuales se observa una o más características de interés.” Hurtado y Toro (1998), definen qué: “población es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo.” También es definida por Balestrini (2006) como: “conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos, que presentan características comunes.”

La población de la investigación será comprendida por los habitantes de Santo Domingo, Distrito Nacional.

Según la Oficina Nacional de Estadística (ONE) en el censo nacional de población 2010 afirma que Santo Domingo de Guzmán tiene 965,040 habitantes, de los cuales 460,903 son hombres y 504,137 son mujeres.

A. Morillas, en su libro “Muestreo en poblaciones finitas” afirma que la muestra “es subconjunto finito de una población. El número de individuos que forman la muestra se denomina tamaño muestral.” Partiendo del concepto anterior y tomando en cuenta la población (965,040 individuos) se extraerá una muestra representativa para la investigación.

Debido a que se está trabajando con una población finita se utilizará la siguiente fórmula para la extracción de la muestra:

$$n = \frac{z^2 p (q)}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza= 96%

P = Proporción de éxitos= 50%

Q= Proporción de éxitos= 50%

e = Error de estimación entre la proporción real y la proporción de la muestra= 5%

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 0.50(0.50)^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.0025} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.1$$

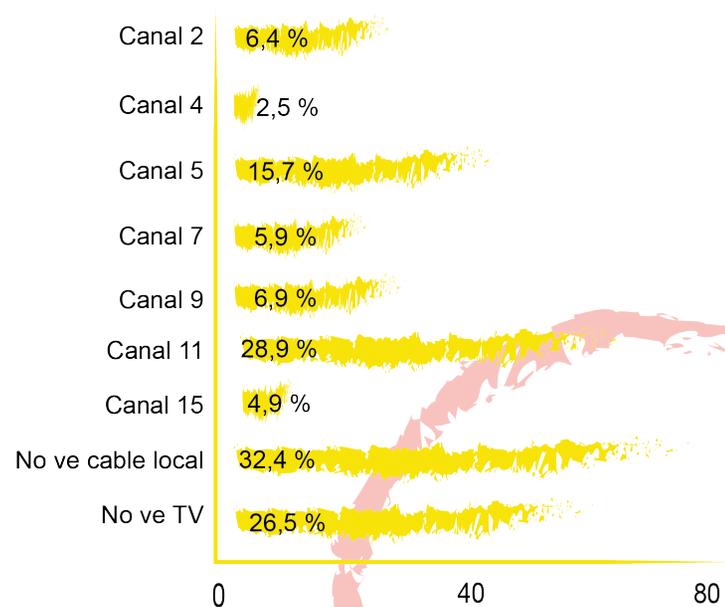
Debido a que n=384, por sugerencia de una fuente externa, se determinó por otra vía, que n=203 obtenida aplicando la tabla de Laura Fisher (Anexo) y asumiendo un porcentaje permisible de error en ambos sentidos (p & q) de un 3% lo que también permitió el tamaño preciso para un grado de confianza de un 95%. Esto fue así, por las limitaciones del tiempo en el desarrollo de este estudio.

2.8 Resultado de las encuestas

Encuesta para la realización de una campaña de concientización sobre los niños con TDAH (Trastorno de Déficit de Atención con Hiperactividad) para el Ministerio de Educación en Santo Domingo, República Dominicana.

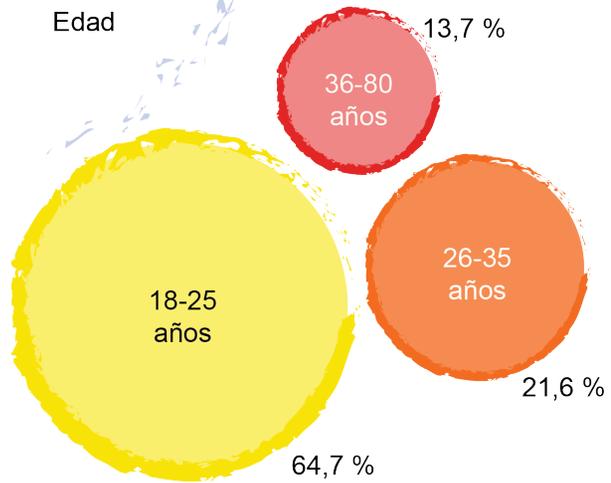
Total de respuestas: 204

¿Cuáles canales locales suele sintonizar con más frecuencia?



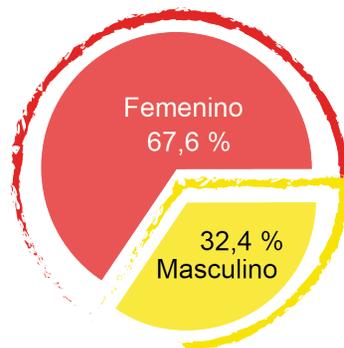
Los resultados demuestran que el 32,4% de los encuestados no ve cable local, el 26,5% no ve TV, el 28,9% sintoniza el canal 11 y el 15,7% sintonizan el canal 5.

Edad



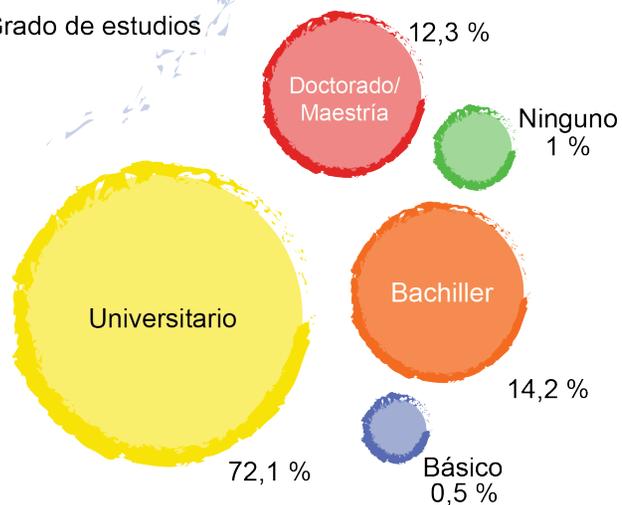
Los resultados demuestran que el 64,7% de los encuestados tienen una edad de 18 a 25 años, el 13,7% de 36 a 80 años y el 21,6% van de 26 a 35 años.

Sexo



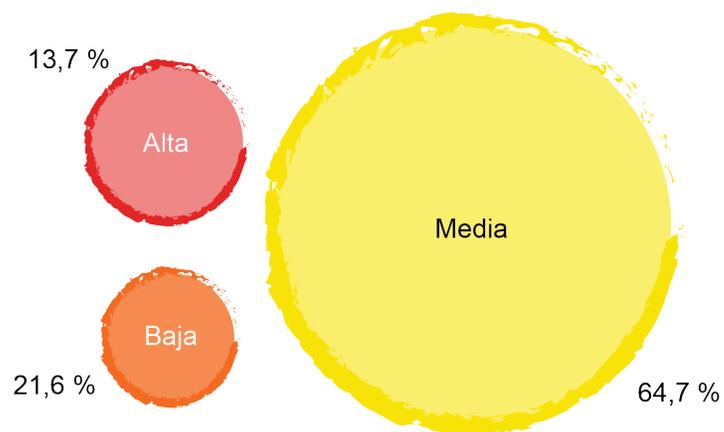
Los resultados demuestran que el 67,6% de los encuestados son mujeres,

Grado de estudios



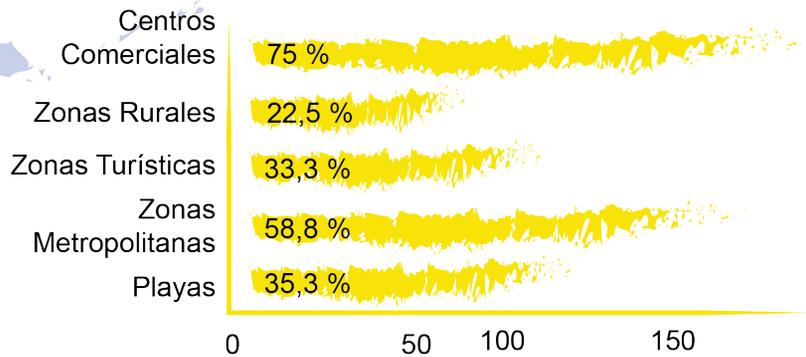
Los resultados demuestran que el 72,1% de los encuestados tienen la universidad como grado de estudio, el 12,3% tienen doctorados/maestrías, el 14,2% son bachilleres, el 0,5% son nivel básico y el 1% no posee grados de estudios.

Clase Social



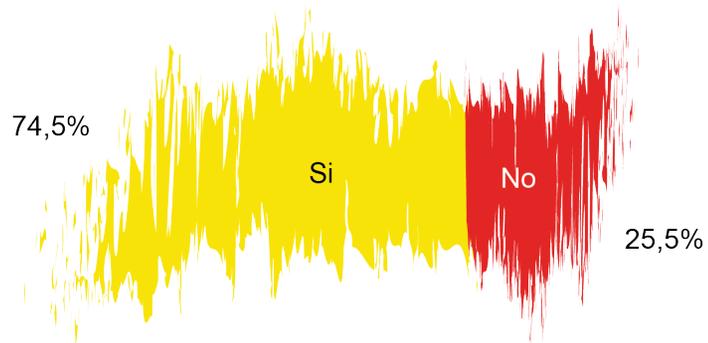
Los resultados demuestran que el 64,7% de los encuestados son de clase media, el 13,7% son de clase alta y el 21,6% son clase baja.

Lugares que frecuenta



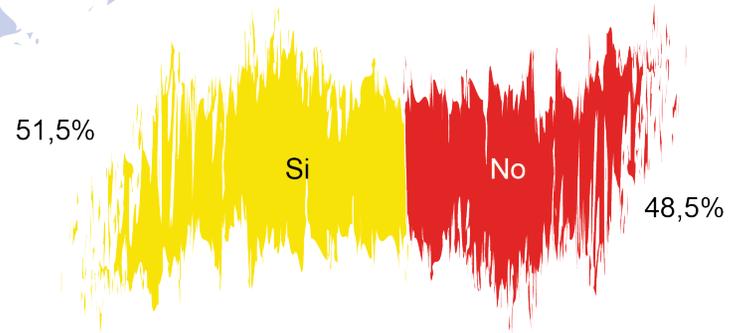
Los resultados demuestran que 75% de los encuestados frecuentan los centros comerciales, mientras las zonas rurales son las menos frecuentadas, con un 22,5%.

¿Conoce lo que es el TDAH (Trastorno Déficit de Atención con Hiperactividad)?



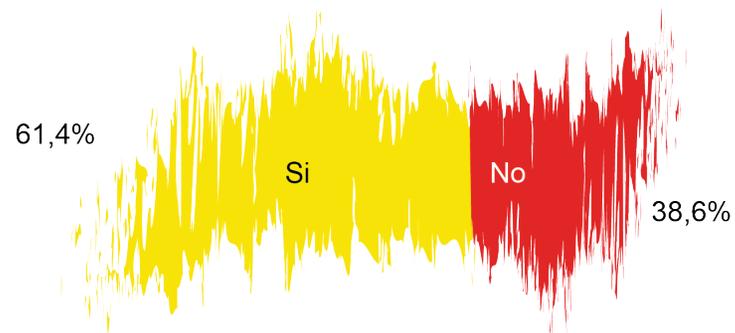
Los resultados demuestran que el 74,5% de los encuestados conocen lo que es el TDAH mientras el 25,5% no lo conoce.

¿Conoce usted las características de un niño con TDAH?



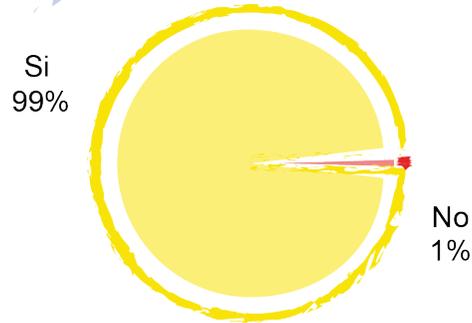
Los resultados demuestran que el 51,5% de los encuestados conocen las características de un niño TDAH mientras el 48,5% no lo conocen.

¿Conoce usted a alguien con este trastorno (TDAH)?



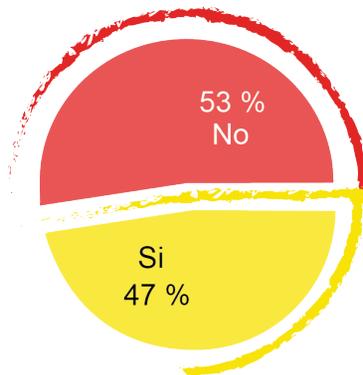
Los resultados demuestran que el 61,4% de los encuestados conoce a alguien con TDAH y el 38,6% no conoce a nadie con TDAH.

¿Cree que es importante que los profesores tengan conocimiento del TDAH ?



Los resultados demuestran que el 99% de los encuestados creen importante que los profesores tengan conocimiento del TDAH y el 1% no lo cree importante.

¿Cree usted que los niños con TDAH deben ir a colegios especiales?



Los resultados demuestran que el 47% de los encuestados creen que los niños con TDAH deben ir a colegios especiales, mientras el 53% opina que no.

¿Considera usted que es importante saber lo que es el TDAH y saber identificarlo?



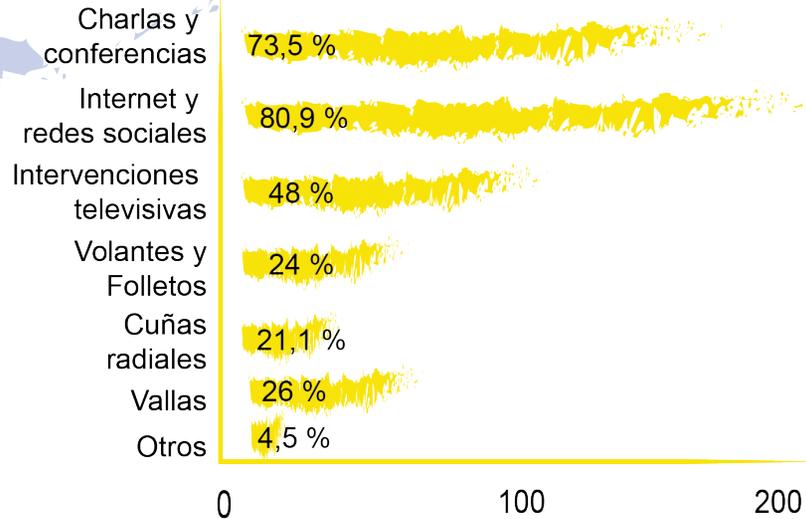
Los resultados demuestran que el 98% de los encuestados creen importante saber lo que es el TDAH, y el 2% no lo cree necesario.

¿Cree que en Rep.Dom. existe suficiente información sobre el TDAH?



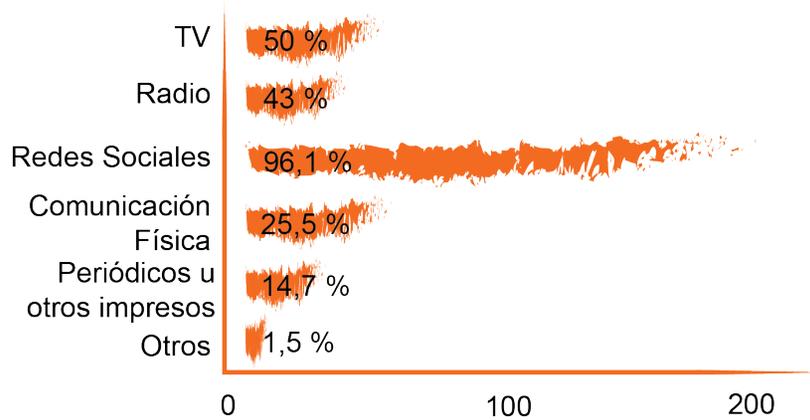
Los resultados demuestran que el 95,6% de los encuestados creen que no existe suficiente información del TDAH mientras el 4,4% creen que sí hay suficiente información.

¿Cuál cree es la mejor manera de informar a la población acerca de este trastorno?



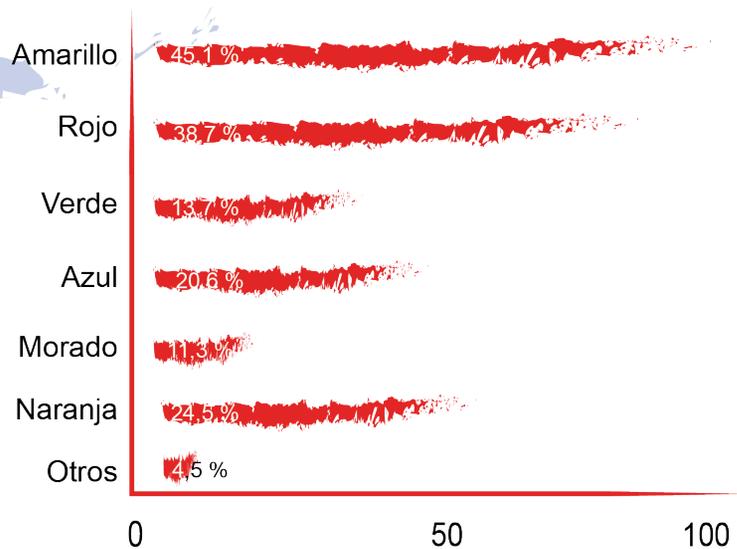
Los resultados demuestran que el 73,5% de los encuestados creen que la mejor forma de informar respecto al trastorno es en Charlas y Conferencias, mientras las cuñas radiales son los menos recomendados por un 21,1%.

Tipos de medios de comunicación que más utiliza



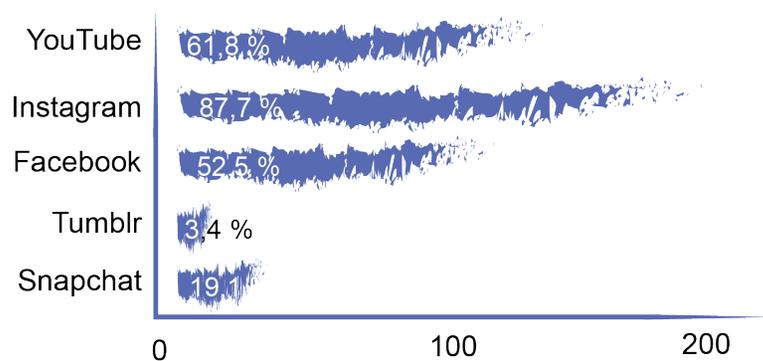
Los resultados demuestran que los medios más utilizados por los encuestados son las redes sociales, TV y Radio.

Al mencionar la palabra trastorno de déficit de atención ¿qué colores le viene a la mente?



Los resultados demuestran que los colores que los encuestados relacionan con el TDAH son el amarillo con un 45,1%, el rojo con 38,7%, el azul con 20,6% y el naranja con 24,5%.

¿Cuáles redes sociales utiliza con más frecuencia?



Los resultados demuestran que las redes sociales más utilizadas por los encuestados son Instagram con un 87,7%, YouTube con un 61,8% y Facebook con un 52,5%.



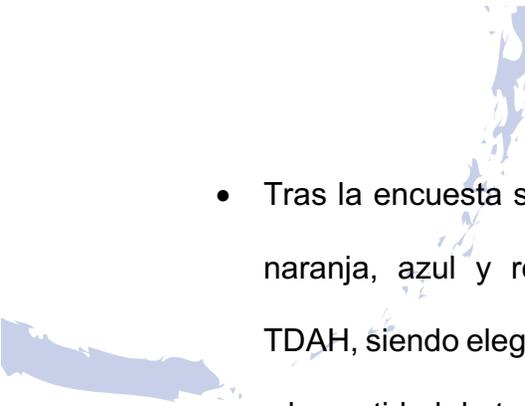
2.9 Análisis de los resultados de los instrumentos de medición

Según los resultados de los instrumentos utilizados, la encuesta y el expertis que se obtuvo de los investigadores a través de las entrevistas se dio a entender que:

- Es muy necesario una campaña que permita a la población conocer el comportamiento en general de los niños con TDAH en Santo Domingo, principalmente porque los estudiantes con TDAH no tienen el espacio adecuado lo suficientemente bueno para cumplir con el estándar demostrado por la OMS que es el más indicado.
- La mayoría de los encuestados fueron estudiantes o profesionales jóvenes, lo que revela hay un

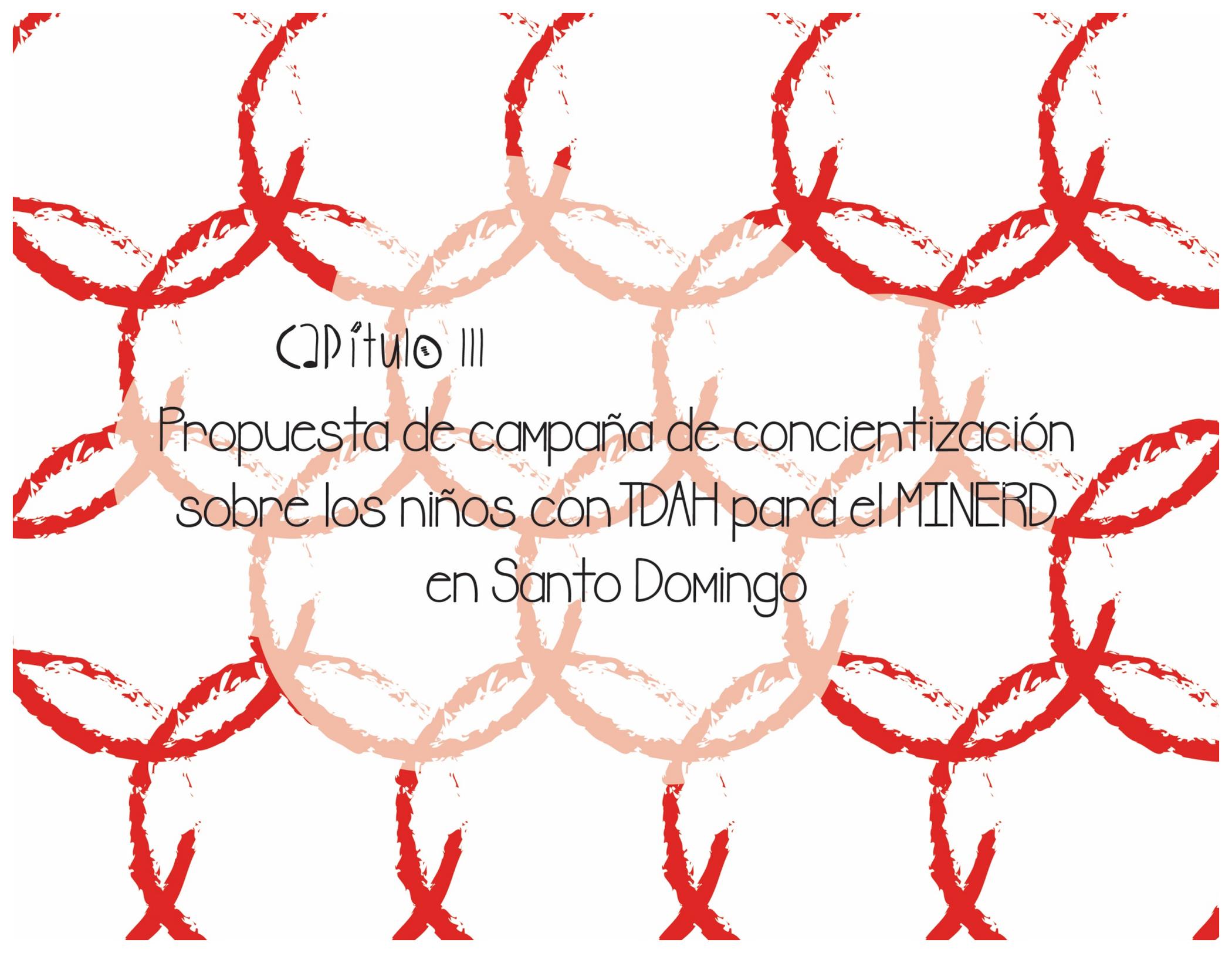
conocimiento del TDAH en la generación Contemporánea, lo que revela buenos indicadores para la aceptación y apropiación de la campaña.

- La mayoría de los encuestados conoce a alguien con el trastorno, lo que permite la brecha para identificación respecto a la campaña, y demuestra el porcentaje de personas que viven con el trastorno, a pesar de no tener un sistema adecuado para su tratamiento.
- El 99% de los encuestados creen importante hacer de conocimiento al público las características del TDAH y se refleja en totalidad la afirmación de que no hay suficiente información del TDAH en el país, lo que evidencia la necesidad de crear conciencia al respecto.

- 
- Tras la encuesta se pudieron obtener los amarillo, naranja, azul y rojo para la representación del TDAH, siendo elegido aros en forma de uniformidad y la cantidad de tres, en forma de particularidad.
 - Los mejores medios de comunicación a utilizar a favor para la inserción de la campaña y segmentación del público objetivo son:
Redes Sociales - Televisión - Radio

La propuesta de campaña se basa estrictamente en los resultados arrojados por los instrumentos de medición y recopilación de datos.





Capítulo III

Propuesta de campaña de concientización
sobre los niños con TDAH para el MINERD
en Santo Domingo

3.1 Propuesta de campaña publicitaria

En la República Dominicana no existe un gran conocimiento del TDAH, por lo tanto, la falta de métodos correctos para tratar este trastorno. Por lo que se propone una campaña de concientización sobre los niños con TDAH para el MINERD en Santo Domingo para difundir el comportamiento de los niños con este trastorno y así aumentar el conocimiento de este. Lo que consigo traería la aceptación de los niños con dicho trastorno por parte de escuelas, colegios, maestros e incluso otros niños.

3.2 Briefing

'Yo soy Saúl' es una campaña social dependiente del compromiso social de los usuarios objetivos.

Concepto General: Demostrar la vida escolar desde la perspectiva de un niño con TDAH.

Promesa Básica: Educar y concientizar la población respecto al TDAH.

Cobertura: Nacional

Acción: Indirecta

Demanda: Genérica

Carácter: Social

Eje Psicológico: Emocional

Definición del marco estratégico

1. Crear conciencia respecto a los trastornos de la conducta.
2. Participar de manera efectiva en la ola de aprendizaje y cultura nacional.
3. Demostrar y exhibir la idea central de la campaña.
4. Asegurar que las personas adopten el estilo de tolerancia y conocimiento.
5. Cambiar el comportamiento y percepciones de los ciudadanos.

Objetivos de comunicación

1. Objetivos ASPIRACIONALES:
 - Contribuir al bienestar social de las personas con TDAH y la aceptación general de trastornos conductuales.

- Ser campaña pionera del tema.
- Crear una brecha en la tolerancia general.

2. Objetivos comunicativos:

- Notoriedad: que los ciudadanos reconozcan el trastorno y sepan identificarlo de forma adecuada.
- Conocimiento: que el público reconozca el lema de campaña y las ventajas de hacer marketing social.
- Conexión: empatizar y conectar emocionalmente con el público objetivo para conseguir compromiso, afinidad y empatía con la campaña, y por ende, los TDAH.

3. Objetivos Sociales: Hacer entender a la población lo importante que es que un profesor tenga el conocimiento necesario sobre el tema para que los niños con TDAH en el ambiente escolar no se sientan excluidos en cuanto al

aprendizaje y la forma en que interactúan con sus compañeros.

4. **Objetivo Mercadológico:** Captar posibles instituciones que avalen y trabajen con el método propuesto por la campaña, y fomentar la inclusión de TDAH en el ámbito escolar.

Público Objetivo

- **Público A:** Padres y maestros clase baja, media y alta.
- **Público B:** Jóvenes estudiantes universitarios y profesionales.
- **Público C:** Niños y jóvenes en interacción escolar.

Mensaje

- **Público A:** Simple, colorido con tono infantil y de formación; mostrando desde la perspectiva infantil, la jornada escolar.
- **Público B:** Dinámico, colorido, informativo, mostrando de manera subjetiva el trato que recibe un niño TDAH.
- **Público C:** Dinámico, estructural y subjetivo, con gráficos y dibujos de manos de un niño con TDAH.

Perfil Psicográfico: Adultos, profesionales, padres de familia, clase media y baja, en cuyas familias hay una persona con TDAH. Suelen ser activos en las redes sociales y tratan de mantenerse informados en demás medios digitales.



Duración: 3 Meses

Medios:

- Redes Sociales
- Televisión
- Radio
- Exteriores
- Folletos y volantes.
- Material promocional (POP)

Posibles Patrocinadores: Ministerio de la Presidencia, Ministerio de la Primera Dama, el CONANI y Grupo CCN.

3.3 Racional de Medios

Redes Sociales: Este medio es el más utilizado por la población encuestada y es el que tiene mayor impacto en el público joven-adulto, teniendo mayor énfasis en Facebook, Instagram y YouTube siendo estos los medios de mejor alcance a nuestro público objetivo.

Televisión: Es el medio más conveniente para los propósitos de la campaña ya que facilita la comprensión para el público objetivo siendo este un tema muy delicado que precisa de mucha atención.

Radio: Será el medio complementario para los usuarios que no utilicen las plataformas generales de la campaña.



Exteriores: Facilita la exposición directa al público objetivo en locaciones estratégicas.

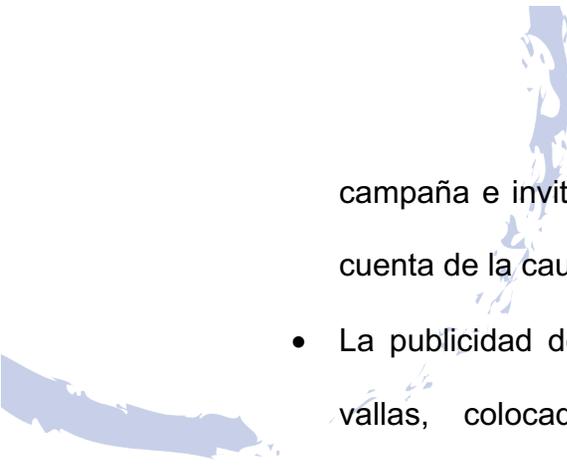
Folletos y volantes: Nos permite brindar más información y así lograr que la población tenga un conocimiento más general sobre el tema.

3.4 Estrategia de medios

Primer mes: Este será el mes de mayor intensidad y frecuencia en los medios seleccionados. Según las encuestas realizadas en la ciudad de Santo Domingo, las Redes Sociales son el medio más frecuentado y utilizado por los usuarios, siendo este el foco principal en los medios digitales para nuestra campaña. La presencia en las Redes será permanente hasta después de terminada la campaña, con contenido

simple y de menor frecuencia, para proseguir con la causa social.

- La frecuencia será de un post diario, con contenido de valor, simple e informativo.
- Se realizará un vídeo de lanzamiento, pautado para televisión en horarios de prime time y night time, debido al alcance de estos horarios que pudiera tener el comercial; al mismo tiempo, será compartido en la cuenta de YouTube de la causa, para aparecer como reproducción publicitaria en los videos distribuidos en Santo Domingo.
- Se realizarán charlas escolares informativas, en las que se repartirán materiales promocionales (POP) a los participantes.
- Se utilizarán influencers dominicanos quienes compartirán en sus redes el mensaje de la



campaña e invitarán a sus usuarios a seguir la cuenta de la causa.

- La publicidad de exterior incluirá vallas y mini vallas, colocadas en puntos estratégicos, cercanos a colegios y universidades.

Segundo mes: En este mes la colocación en televisión descenderá, y se integrará las cuñas radiales, pautadas en horarios matutinos y nocturnos.

Se impartirán charlas informativas y se entregarán volantes y folletos. La frecuencia en redes sociales y publicidad exterior será la misma que el primer mes.

Tercer mes: En este mes la frecuencia en la radio aumentará, y las redes sociales continuarán siendo soporte a la campaña, aun esta haya culminado.

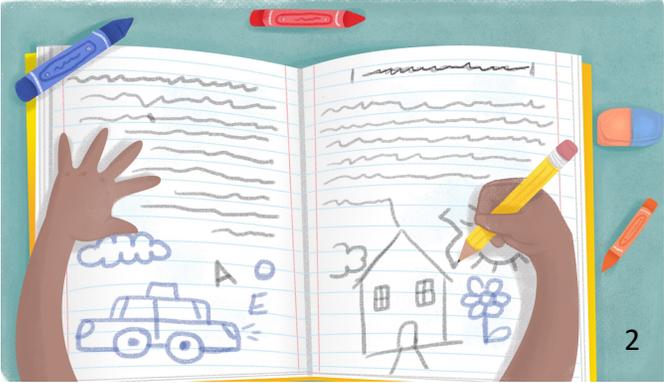
La publicidad exterior (vallas y mini vallas) será reducida a puntos cercanos a colegios, y no serán pautados en televisión testimonios de personas influyentes y que apoyen la causa.

3.5 Colocación de Medios

Guión de TV

TIEMPO	ESCENA	IMAGEN	AUDIO
00:00s – 06:00s	1	FADE IN Disolvencia. Cámara subjetiva Salón de clases, niños sentados, maestra dando clases en el pizarrón. Aula iluminada y colorida.	Sonido incidental ambiente escolar. (Voz infantil masculina): <i>Es muy difícil para mí estar en clases. No puedo concentrarme. La profe explica cosas que no entiendo y me da penita preguntar.</i>
07:00s – 12:00s	2	Disolvencia. Cámara subjetiva Vista superior al pupitre. Cuaderno del niño con clases y dibujos y garabatos.	Sonido incidental ambiente escolar. (Voz infantil masculina): <i>Todos creen que hago mis tareas, pero es más divertido dibujar. Al final no logro entender nada, y cuando pregunto me dicen tonto.</i>
13:00s – 19:00s	3	Disolvencia. Cámara subjetiva Patio de juegos. Niños jugando e ignorando a Saúl.	Sonido incidental ambiente escolar. (Voz infantil masculina): <i>En recreo nadie quiere jugar conmigo, dicen que no entiendo las reglas. Siempre quiero jugar. Pero a veces me distraigo y dejo caer la pelota.</i>
20:00s – 26:00s	4	Disolvencia. Cámara subjetiva Madre entra al curso. Abraza a su mamá.	Sonido incidental ambiente escolar. (Voz infantil masculina): <i>A veces creo que a mi mami también le cuesta entenderme, pero cuando me sonrío y me abraza recuerdo lo mucho que me ama.</i>
27:00s – 28:00s	5	Disolvencia. Fondo blanco. #YoSoySaúl Logo de campaña. FADE OUT	Musica instrumental infantil. (Voz infantil masculina): <i>Yo soy Saúl, y tengo TDAH. Tú quien eres?</i>

Storyboard



Yo Soy Saúl
y tengo TDAH



Guión de Radio

Tiempo	Texto	Música
25 seg.	<p>(Voz infantil masculina): <i>“Hola, en mi escuela no me entienden, me tratan diferente, mis amiguitos no me dejan jugar con ellos porque soy muy distraído, bueno, la mayor parte del tiempo, soy un poco disperso, me entretengo super fácil y me distraigo mucho, no entiendo las cosas como los demás lo entienden, pero eso no me hace tonto, yo soy Saúl y tengo TDAH, ¿Y tú quién eres?”</i></p>	Instrumental de guitarra Sonido incidental: Niños jugando
8 seg.	<p>(Voz en off femenina): <i>“Los niños no quieren ser rechazados ni ser tratados de manera diferente, apoyemos la inclusión para el desarrollo de un mundo mejor.”</i></p>	

3.6 Artes Gráficas



DISPERSO

Yo Soy Saúl
y tengo TDAH





No Soy Tonto.



Yo Soy Saúl
y tengo TDAH

An illustration showing the lower legs and feet of four children standing on a green lawn. From left to right: a girl in a pink dress and striped leggings, a boy in blue shorts and white socks with red stripes, a boy in orange shorts and a blue striped shirt, and a boy in black pants and a red shirt. The text 'HIPERACTIVO' is written in large, bold, black letters across the middle of the image.

HIPERACTIVO

The logo for 'Yo Soy Saúl y tengo TDAH' features the text in a blue, sans-serif font. The words 'Yo Soy Saúl' are on the top line, and 'y tengo TDAH' is on the bottom line. To the left of the text are three overlapping circles in red, orange, and yellow.

Yo Soy Saúl
y tengo TDAH

¡Me Distraigo fácil!







Yo Soy Saúl
y tengo TDAH

3.7 Aplicaciones

Material Promocional (POP)







Yo Soy Saúl tango IDAH







Yo Soy Saúl
y tengo TDAH





Yo Soy Saúl
y tengo TDAH

Exteriores

An illustration showing the lower legs and feet of four children standing on a green lawn. From left to right: a girl in a pink dress and pink-and-white striped leggings; a boy in blue shorts and white socks with red stripes; a boy in a blue striped shirt and orange shorts; and a boy in a red shirt and black pants. All are wearing dark blue sneakers. The text 'HIPERACTIVO' is written across the middle of the illustration in large, bold, black, hand-drawn letters.

HIPERACTIVO

Yo Soy Saúl
y tengo TDAH

m bile centre
www.mobilecentre.am

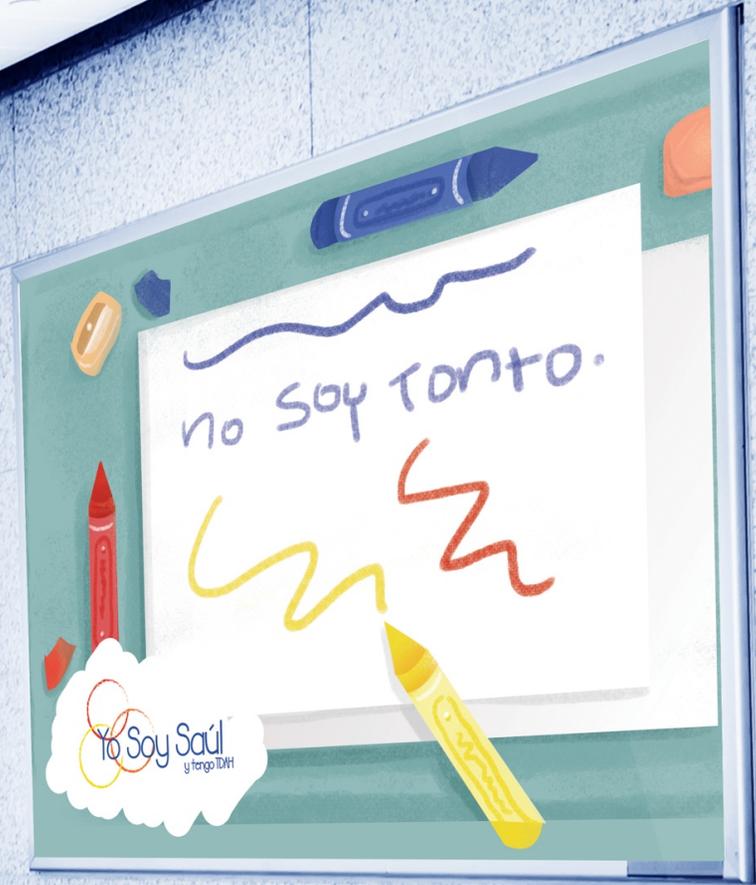
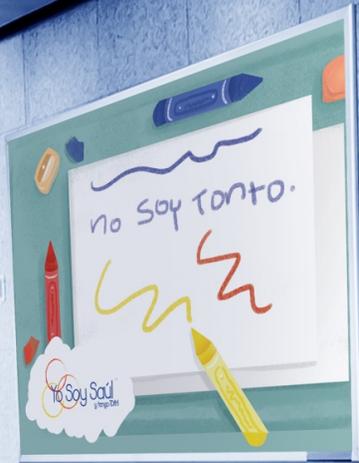
Yo Soy Salud
¡Me Distraigo fácil!

Yo Soy Salud
¡Me Distraigo fácil!

The billboard is a large, rectangular structure mounted on a dark brown granite base. It features a white background with a light blue sky and green grass at the bottom. The central illustration shows four diverse children (two girls and two boys) standing together and smiling. The text '¡Me Distraigo fácil!' is written in a playful, red, handwritten-style font. The 'Yo Soy Salud' logo, consisting of three interlocking circles in yellow, orange, and blue, is positioned in the top right and middle left corners. The billboard is situated on a sidewalk in front of a building with large, arched windows. To the left, a blue sign for 'm bile centre' is visible, and an ice cream cone is displayed on a stand. To the right, a large, dark, ornate metal gate is partially visible.



Yo Soy Saúl
y tengo DHH



Buscar

Melissa Fadul Siri

Noticias

Messenger

Marketplace

Accesos directos

- Cinquillo (Pro-Ama...
- RECOMIENDAME ... 20+

Explorar

- 19 Eventos
- Páginas
- Grupos 10
- Listas de amigos
- Un día como hoy 7
- Noticias de páginas 20+
- Fotos
- Juegos 2
- Sugerir cambios
- Video en vivo
- Ver más...

Crear

Anuncio · Página · Grupo · Evento

Redes Sociales

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

A **Älbërtö Šötö**, **Mary Fadul** y 48 personas más les gusta **Tienda La Sirena**.

Yo Soy Saúl
Publicidad ·

Me gusta esta página

Si el niño se mueve mucho y tiene problemas para aprender, no es malcriado, tiene TDAH, así como Saúl. #YoSoySaúl #ytengoTDAH



3.060 43 comentarios 126 veces compartido 205.288 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Franchi Rodriguez y Nana Miolán compartieron el video de Capital XTRA.

Personas que quizá conozcas Ver todas

- Emil IXs**
2 amigos en común
Agregar a amigos
- Tatiana Areche Veras**
11 amigos en común
Agregar a amigos
- William Alexander Burgos**
(Willy Bear)
Agregar a amigos
- Fajsha Solís (Solí)**
30 amigos en común
Agregar a amigos
- Camila Berrido**
12 amigos en común
Agregar a amigos
- Lauren Fernandez Lora**
25 amigos en común
Agregar a amigos

Español · English (US) · Français (France) · Português (Brasil) · Deutsch

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más

Facebook © 2018

JUEGOS INSTANTÁNEOS

TUS JUEGOS

- Raynier Arturo Jir
- Emily Tamara Bet
- Jen Contreras
- Miguel Cornelio
- Pamela Contreras
- Nathaly Arias
- Patricia Almanzar
- Cheyly Ramirez
- Javier Sanchez
- José Carvajal Pér
- Lorena Camille

MÁS CONTACTOS (45)

Andres Hiciano C

Buscar



facebook.com

Buscar

Melissa Inicio

Melissa Fadul Siri

Noticias

Messenger

Marketplace

Accesos directos

Cinquillo (Pro-Am...

RECOMIENDAME ... 20+

Explorar

Eventos

Páginas

Grupos 10

Listas de amigos

Un día como hoy 7

Noticias de páginas 20+

Fotos

Juegos 2

Sugerir cambios

Vídeo en vivo

Ver más...

Crear

Anuncio · Página · Grupo · Evento

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

A Albérto Sotó, Mary Fadul y 48 personas más les gusta Tienda La Sirena...

Yo Soy Saul
Publicidad · x

Me gusta esta página

Si el niño se mueve mucho y tiene problemas para aprender, no es malcriado, tiene TDAH, así como Saul. #YoSoySaul #yengoTDAH

HIPERACTIVO

Yo Soy Saul y región

3.060 43 comentarios 126 veces compartido 205.288 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Franchi Rodriguez y Nana Mialán compartieron el video de Capital XTRA...

Personas que quizá conozcas Ver todas

Emil IX 2 amigos en común
Agregar a amigos

Tatiana Areche Veras 11 amigos en común
Agregar a amigos

William Alexander Burgos (Willy Bear) 1 amigo en común
Agregar a amigos

Fajsha Solís (Sol) 30 amigos en común
Agregar a amigos

Camila Berrido 12 amigos en común
Agregar a amigos

Lauren Fernandez Lora 29 amigos en común
Agregar a amigos

JUEGOS INSTANTÁNEOS MÁS

TUS JUEGOS MÁS

Raynier Arturo Jimen...

Emily Tamara Betanc...

Jen Contreras

Miguel Cornelio 3 h

Pamela Contreras Tej...

Nathaly Arias

Patricia Almanzar

Cheyli Ramirez

Javier Sanchez

José Carvajal Pérez

Lorena Camille

MÁS CONTACTOS (45)

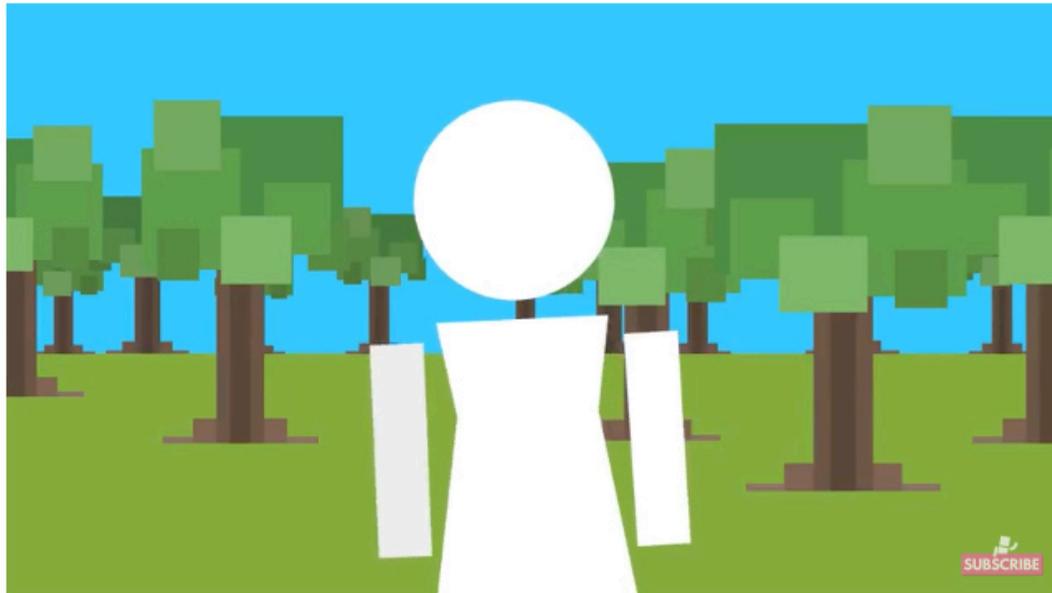
Andres Hiciano Cam...

Buscar

Español - English (US) - Français (France) - Português (Brasil) - Deutsch

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2018





What Are The Chances You ACTUALLY Have ADHD? (ft. Mayim Bialik)

665.460 visualizaciones

17 MIL 451 COMPARTIR



Life Noggin
Publicado el 14 ago. 2017

SUSCRIBIRSE 2,1 M

What is ADHD, really? Mayim Bialik from The Big Bang Theory joins us today to discuss common signs and symptoms.

Watch More: Check out Mayim's channel! ▶▶▶▶

MOSTRAR MÁS



Siguiente

REPRODUCCIÓN AUTOMÁTICA



You Probably Don't Have OCD, And This Is Why

Life Noggin
1 M visualizaciones



How Much Do You REALLY Know About Autism?

Life Noggin
1,1 M visualizaciones

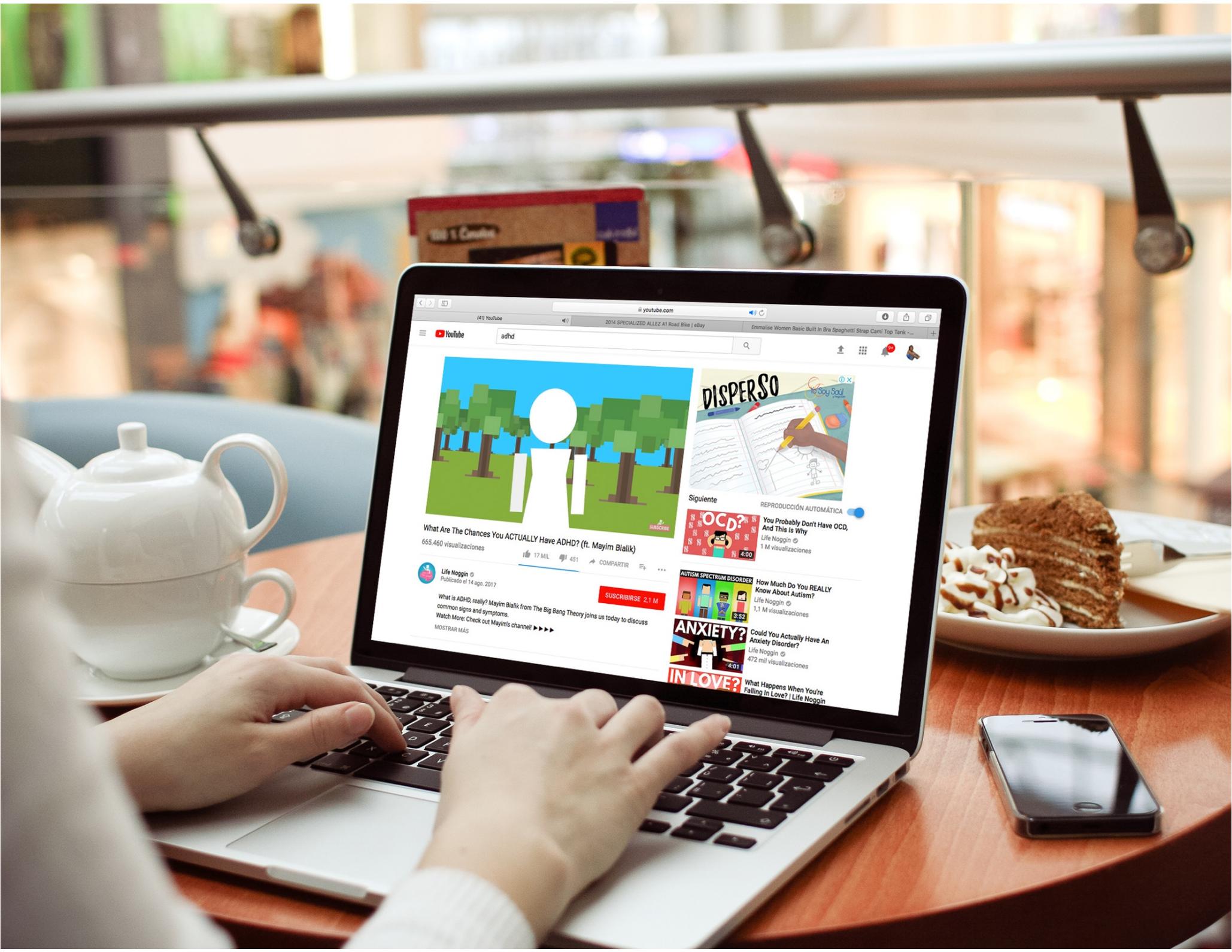


Could You Actually Have An Anxiety Disorder?

Life Noggin
472 mil visualizaciones



What Happens When You're Falling In Love? | Life Noggin



youtube.com

adhd

What Are The Chances You ACTUALLY Have ADHD? (ft. Mayim Bialik)
665.460 visualizaciones

Life Noggin
Publicado el 14 ago. 2017

SUSCRIBIRSE 2.1 M

DISPERSO

OCD? You Probably Don't Have OCD, And This Is Why
Life Noggin
1 M visualizaciones

ANXIETY? Could You Actually Have An Anxiety Disorder?
Life Noggin
472 mil visualizaciones

IN LOVE? What Happens When You're Falling In Love? | Life Noggin





rosalynrubio

Ver los 2 comentarios

Ver traducción

Yoysau! Si el niño se mueve mu...

575 Me gusta

Ir al perfil de Instagram

LISTA MI RAYO

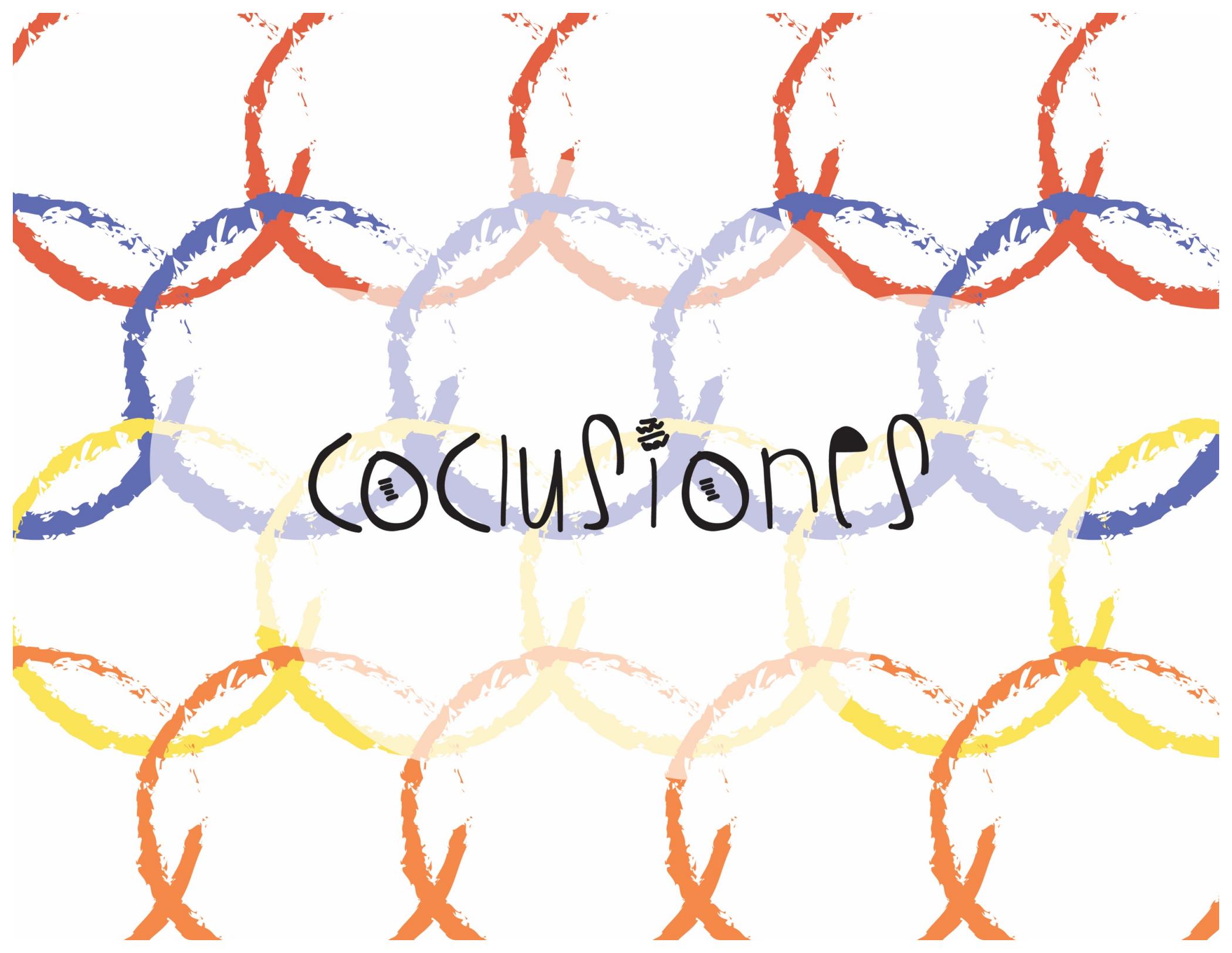
Yoysau!

HACE 1 DÍA · VER TRADUCCIÓN

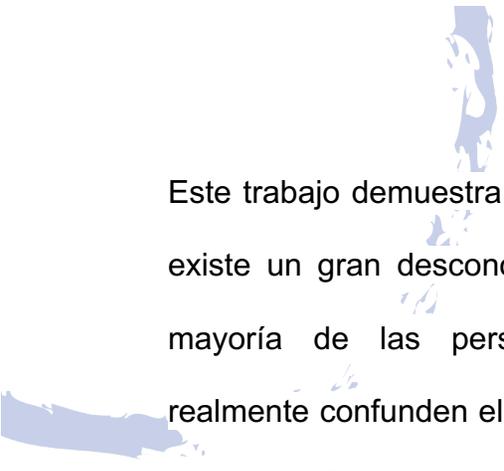
publicidad

Instagram

100% 12:04 AM



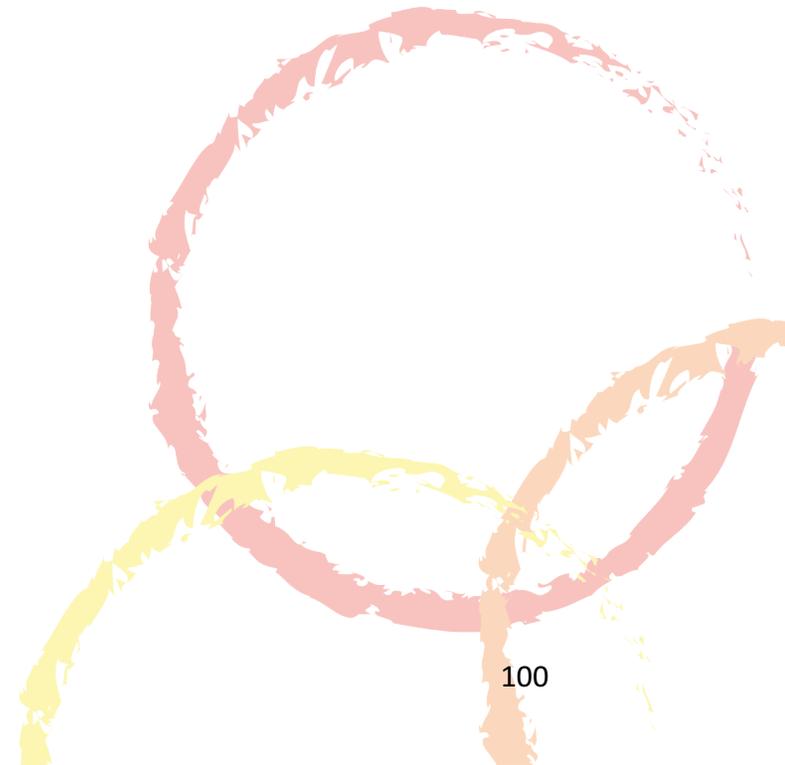
COCLUSIONES

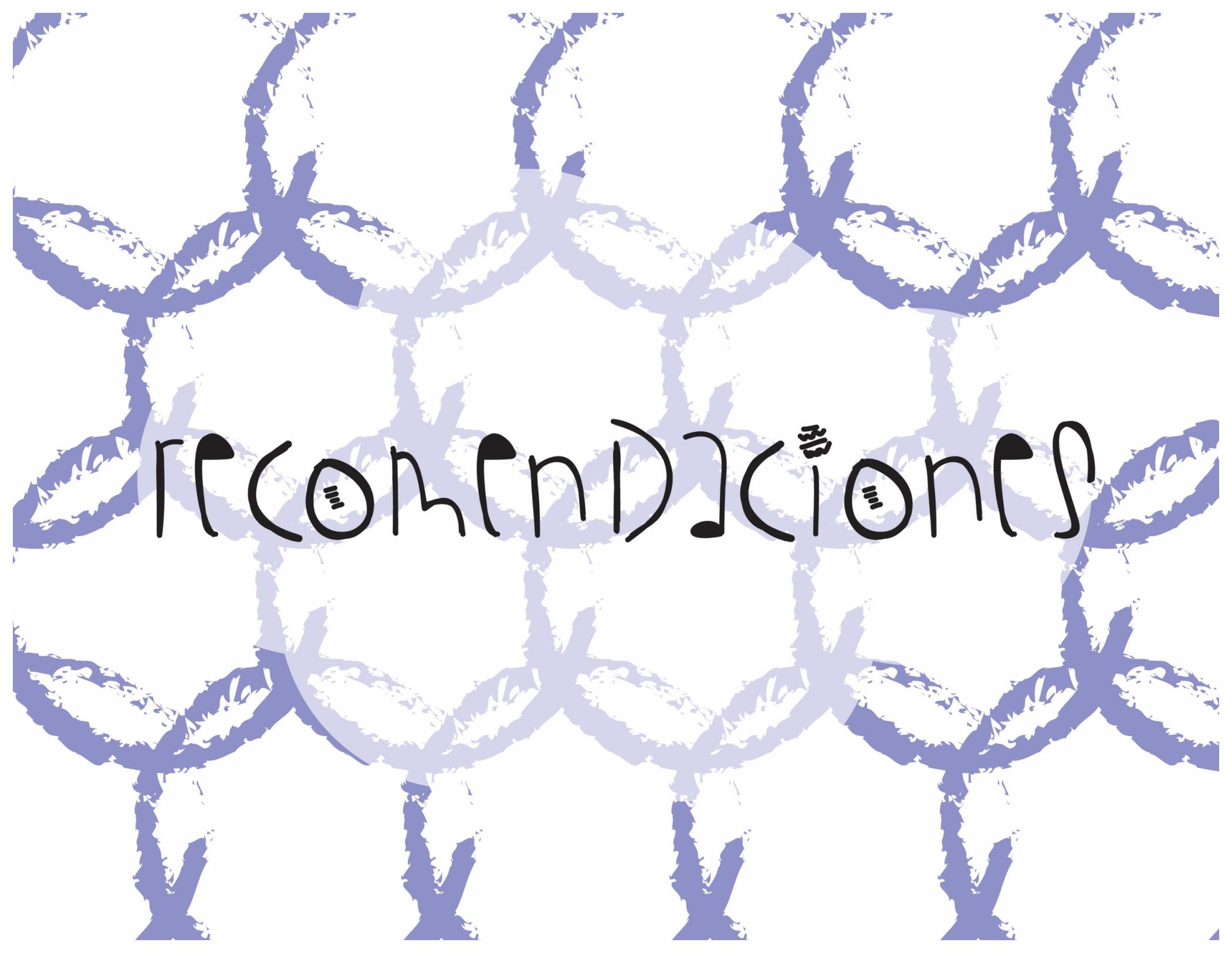


Este trabajo demuestra que en República Dominicana existe un gran desconocimiento del TDAH, y que la mayoría de las personas que creen conocerlo realmente confunden el desarrollo del niño con un mal comportamiento y no saben reconocer los síntomas más notables de este trastorno tales como el corto periodo de atención por parte del infante a cualquier actividad o tarea que requiera concentración y atención y esto se da principalmente en el ámbito escolar puesto que los profesores no imparten clases de manera dinámicas para que estos niños terminen sus tareas o actividades de manera gratificante.

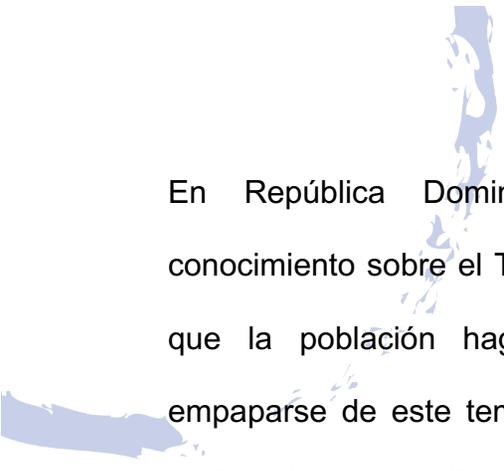
Esta falta de conocimiento afecta al niño en todos sus ámbitos cotidianos y por eso la campaña también va dirigida al público en general. Debido a que no hay un conocimiento base en la población del TDAH, los niños

son excluidos al momento de algún mandato, la realización de x o y tarea o son excluidos de alguna actividad recreativa entre los mismos niños, por esto es necesario mantener una constante capacitación desde los niños hasta los adultos para eliminar de manera permanente la ignorancia por parte de la población a este trastorno.





RECOMENDACIONES



En República Dominicana no existe un alto conocimiento sobre el TDAH, por tanto, es importante que la población haga conciencia y empiece a empaparse de este tema que es tan común en esta sociedad para erradicar la falta de información y dejar de confundir el trastorno con un comportamiento inadecuado del niño.

Para los **profesores**, que pasan una gran parte del tiempo con los niños, es recomendable:

- Mantenerse en constante capacitación de manera adecuada sobre el trastorno para que tenga la habilidad de detectar los síntomas de los niños con el trastorno y así poder aplicar las herramientas necesarias en el entorno escolar.

- En el entorno escolar, adecuar las clases para que los niños tengan una mayor concentración.
- Enseñar a todos sus estudiantes lo importante que es incluir a los niños con este trastorno ya que tienen la misma capacidad de aprendizaje que los demás infantes.

En cuanto a los **padres** que tienen que lidiar con los niños y entenderlos, es importante que:

- Al igual que los profesores, deben capacitarse y empaparse de información acerca del tema para saber diferenciar el trastorno de una mala conducta.

- Luego de identificado el trastorno o teniendo alguna de que su hijo padezca el mismo, se recomienda llevarlo con un especialista.
- Reconocer que su hijo tiene el trastorno, ya que esto facilita su inclusión en todas las áreas de su vida.

Teniendo en cuenta que este trastorno se puede detectar a temprana edad, para los **niños** es recomendable:

- Llevarlos a charlas infantiles para que sepan reconocer algunos de los síntomas más comunes en los niños con el trastorno y así poder incluirlos en sus actividades.

- Educar a los niños para que no excluyan o tengan un comportamiento inadecuado que pueda hacer sentir mal al niño con el trastorno.

Para la **población en general** que en algún momento tiene algún contacto con los niños con el trastorno se recomienda que:

- Asistan a charlas, conferencias, capacitaciones que brinden formación concerniente al TDAH.
- No excluir o tratar de manera “especial” a los niños con el trastorno.
- Aprender a reconocer y aceptar que este es un trastorno común en la sociedad.

ספרייה יהודית



Barkley, R. A. (2013). *Tomar el control del TDAH en la edad adulta*. España: Ediciones Octaedro, S.L.

J.A. Ramos-Quiroga a, b. R.-M.-C.-M.-G.-B. (2006). *Trastorno por déficit de atención con hiperactividad en adultos: caracterización clínica y terapéutica*. Barcelona: Current Psychiatry Reports.

Pérez, E. B. (2014). *TDAH a través de la vida*. México. La Real Academia Española. (2014). *Enciclopedia*. Madrid, España.

Elisea, J. G. (2009). Tipos de Campaña Publicitaria.

Galan, E. (2014). *Elizabeth Galán*. México: LILAPETHAD.

ANA (Association of National Advertisers). (1996). Estados Unidos.

ANC Comunicación Publicitario. (Marzo de 2011). Barcelona, España.

Equipo de Redacción de Concepto.de. (09 de 2017). *concepto.de*. Obtenido de <http://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

Shine Pharmaceutical Iberica. (Mayo de 2015). *TDAH y tú*. Obtenido de <http://www.tdahytu.es/que-es/>

Mayor, J., & Garcia, M. (2011). Trastorno por Déficit de Atención/Hiperactividad (TDAH). *¿Hacia dónde vamos ahora?*

APA (Asociación Americana de Psiquiatría). (s.f.). *Manual de Diagnóstico General*.

Crochton, A. (1798). *Las primeras apariciones del TDAH*. Escosia.

Cardo, E., & Servera, M. (2005). *Prevalencia del Trastorno de déficit de atención e hiperactividad*. Barcelona.

Molinero, L., Villalobos, J., Redondo, M., Martín, A. R., & Sanz, F. (2009). *Estudio psicométrico-clínico de prevalencia y comorbilidad del trastorno de déficit de atención con hiperactividad en Castilla y León*. España.

Olvera, F. D., Palacion, J. D., & Pérez, E. B. (2010). Declaración de Cartagena para el TDAH: *Rompiendo el estigma*.

Artigas-Pallarés, J. (2003). Comorbilidad en el TDAH.

Servera, M. (16 de Marzo de 2005). Modelo de autorregulación de Barkley aplicado al trastorno por déficit de atención con hiperactividad. .

Guerrero, R. (2015). *TDAH: Entre la patología y la normalidad*. (T. MAS, Ed.) España: Libros Cúpula.

Esperón, C. S. (2008). *Convivir con niños y adolescentes con TDAH* (2da edición ed.). España, Madrid: Editorial Medica Panamericana.

Oxford University Press. (2014). *Manual de diagnóstico TDAH*. Estados Unidos.

A.P.M. (2010). TDAH. *Revista de Psicología y salud mental del niño y el adolescente*.

Innatia. (2016). *Viviendo con mis hijos con TDAH*.

Artigas-Pallarés, J. (2003). Comorbilidad en el TDAH.

Freire, P. (2012). *Sobre la Acción Cultural*. Argentina.

Ingreso general. (2002). *Margen de TDAH en la cultura*. Bilbao.

Anzil, F. (Noviembre de 2010).

Lopresti, R. (2007). *Recursos naturales, régimen argentino y comparado*. Buenos Aires: Ediciones Unilat.

Cervantes, M. (1998). *Ecología General*. Publicaciones Culturales.

Marina Lanfranco Vázquez, M. M. (s.f.). *CECIES*. Obtenido de cecies.org:
<http://www.cecies.org/articulo.asp?id=222>

Equipo de redacción, R. e. (05 de 2016). *MasTiposde.com*. Obtenido de
http://www.mastiposde.com/recursos_naturales.html

Greenpeace. (s.f.). Guía verde del ahorro de energía. Buenos Aires, Argentina.

Pérez J., M. M. (2012). *definición.de*. Obtenido de <http://www.definicion.de/energia/>

Energía, A. I. (s.f.). *Agencia Internacional de Energía*. Obtenido de <https://www.iea.org/>

Twindell, J., & Weir, T. (1986). *Recursos energéticos renovables*. Obtenido de http://www.miliarium.com/ATECOS/HTML/Soluciones/Fichas/Energias_renovables.pdf

Moreno, R. P. (1 de Julio de 2012). *Definición de energías renovables*. Obtenido de <http://energias-renovables-y-limpias.blogspot.com/2012/07/definicion-de-energias-renovables.html>

Vera G., y. G. (13 de Mayo de 2014). *www.portaleducativo.net*. Obtenido de www.portaleducativo.net:
<https://www.portaleducativo.net/quinto-basico/106/Tipos-de-energia>

¿Qué son energías alternativas? (s.f.). Obtenido de <http://www.compromisorse.com/sabias-que/2010/03/30/que-son-las-energias-alternativas/>

Calvo, M. (23 de 03 de 2012). *twenergy*. Obtenido de <https://twenergy.com/a/que-son-las-energias-renovables-516>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/>

WordPress. (2009). Obtenido de <https://jman01.files.wordpress.com/2009/11/tipos-de-campanas-publicitarias.pdf>

Bembibre, C. (7 de Marzo de 2011). Obtenido de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php>

Española, R. A. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23 edición ed.). Madrid.

van Dyke, F. (2008). *Conservation Biology: Foundations, Concepts, Applications* (2 edición ed.). Springer Verlag.

Cervantes, M. (1998). *Biología General*.

Sfeir, A. (15 de Abril de 2013). Alfredo Sfeir, la apuesta presidencial del Partido Ecologista. (P. Campos, Ed.) *Diario Uchile*.

Marrero, L. (1957). *La tierra y sus recursos*. Caracas, Venezuela: Publicaciones Cultural S.A.

República, S. C. (2015). *Banco de la república, Actividad cultural* . Obtenido de ¿Qué son los medios de comunicación?:
http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudade-tareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion

Reyes, P. R. (s.f.).

Elisea, J. G. (Julio de 2003). División de Estudios de postgráfico. *Desarrollo de Campaña Publicitaria*. Universitaria, México.

- Kidwai, M. (s.f.). *ehowenespanol*. Obtenido de http://www.ehow.com/about_7221638_definition-print-media_.html
- Server, W. H. (Abril de 2010). *techne microsoft*. Obtenido de [https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2\(v=ws.11\).aspx](https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2(v=ws.11).aspx)
- Anónimo. (s.f). *Bolunta*. Obtenido de <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>
- Merca2.0, M. e. (22 de Julio de 2009). BRIEF. (G. d. Katedra, Ed.) México.
- Mglobal. (10 de Marzo de 2015). *¿Cómo hacer un buen plan de medios?* Obtenido de Mglobal: <https://mglobalmarketing.es/blog/como-hacer-un-buen-plan-de-medios/>
- Clasificaciones, E. d. (2017). "*Tipos de campañas publicitarias*". Obtenido de <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/629-tipos-de-campanas-publicitarias>
- Ishikawa, K. (s.f).
- Juran, J. (s.f).
- Nina, J. R. (Junio de 2017). Recopilación de información para tesis sobre la concienciación del uso de la energía renovable. (M. F. Sirí, Entrevistador) Santo Domingo, D.N, República Dominicana.
- Romero, L. A. (2004). *Marketing social. Teoría y práctica*. . México : PEARSON EDUCACIÓN.
- Andreasen. (1994). Marketing social: definición y dominio. *Journal of Public Policy and Marketing*.
- www.webscolar.com*. (s.f.). Obtenido de <http://www.webscolar.com/conceptos-de-energia-segun-diferentes-autores>
- Bloom, P. (1995). Beneficiando la sociedad y más allá. *Journal Marketing Management*,.
- Anónimo. (s.f.). *concepto definicion de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/patrocinio/>
- CLOTAS, P. (s.f.). TÉCNICAS DE PATROCINIO Y DE CAPTACIÓN DE RECURSOS EXTERNOS. En P. CLOTAS. LID.
- PARÉS I MAICAS, M. (1994). La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio. Barcelona: Promocions i Publicacions Universitàries, SA.
- Romero, L. A. (2004). *Marketing Social Teoría y Práctica*. México: Pearson Educación.



InXOS

A : DECANATO DE ARTES Y COMUNICACION

Asunto : **REMISIÓN ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO**

Tema : “CAMPAÑA DE CONCIENTIZACION SOBRE LOS NIÑOS CON TDAH (TRASTORNOS DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD) PARA EL MINISTERIO DE EDUCACION EN SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA, 2018.”.

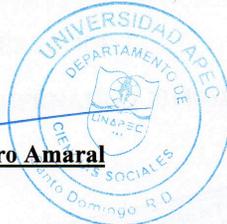
Sustentado por : **Br. MELISSA FADUL SIRÍ. 2013-2339**
Br. JEMINE PÉREZ FERNÁNDEZ 2014-0457
Br. JULISSA F. FERRERAS H. 2014-0619

Resultado de la evaluación: Aprobado: X Fecha: 05/11/2017.
Devuelto para corrección: _____ Fecha: _____.

Observaciones: La evaluación de este anteproyecto fue realizada por: **Ldo. Adalberto Adames Manzueta.**


Lic. María Margarita Cordero Amaral

Directora.



Av.
05/11/2017.

DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN

Anteproyecto de trabajo de grado para optar por el título de:
Licenciatura en Publicidad

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LOS NIÑOS CON TDAH
(TRASTORNO DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD)
PARA EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA
DOMINICANA, 2018

SUSTENTANTES:

MELISSA FADUL SIRÍ 20132339

JEMINE PÉREZ FERNÁNDEZ 20140457

JULISSA FRANCESCA FERRERAS HERNANDO 20140619

Noviembre 2017

Santo Domingo, República Dominicana





DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN

**Anteproyecto de trabajo de grado para optar por el título de:
Licenciatura en Publicidad**

**CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LOS NIÑOS CON TDAH (TRASTORNO DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD)
PARA EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA, 2018**

SUSTENTANTES:

MELISSA FADUL SIRÍ 20132339

JEMINE PÉREZ FERNÁNDEZ 20140457

JULISSA FRANCHESCA FERRERAS HERNANDO 20140619

Noviembre 2017

Santo Domingo, República Dominicana

CONTENIDO

I. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	112
II. INTRODUCCIÓN	113
III. JUSTIFICACIÓN	115
IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	117
V. OBJETIVOS.....	120
VI. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	121
VII. DISEÑO METODOLÓGICO	129
VIII. FUENTES DE DOCUMENTACIÓN.....	131
IX. ESQUEMA TENTATIVO.....	135



I. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

“CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LOS NIÑOS CON TDAH (TRASTORNO DE DÉFICIT DE ATENCIÓN CON HIPERACTIVIDAD)
PARA EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN EN SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA, 2018”

II. INTRODUCCIÓN

Desde hace mucho tiempo, los psicólogos han buscado una razón para aquellos niños con problemas para concentrarse y mantenerse quietos, lo que trae como consecuencia la formación errónea del infante. Para ello surge el término Trastorno de Déficit de Atención (TDA) y más adelante TDAH agregando la hiperactividad aprobado por la APA en 1980.

La presente investigación se refiere a la realización de una campaña de concientización para educar a la población dominicana sobre dicho trastorno, dando a conocer, mediante técnicas de difusión publicitaria, la problemática de la falta de diagnóstico y trato adecuado y sus respectivas consecuencias.

República Dominicana en la actualidad goza de un gran porcentaje de personas que no tienen conocimiento sobre lo que es este trastorno y cómo puede afectar el futuro de la población. La campaña propuesta puede ser una posible solución, y la más efectiva, para la radicación de una enseñanza inadecuada para los niños con esta condición.

Esta campaña busca contribuir a la sociedad la información sobre el TDAH, cómo detectar algunos síntomas visibles, el tratamiento adecuado y demostrar los beneficios que consigo traen la implementación de los conocimientos y aportar con un pequeño hecho, grandes cambios en el mundo.

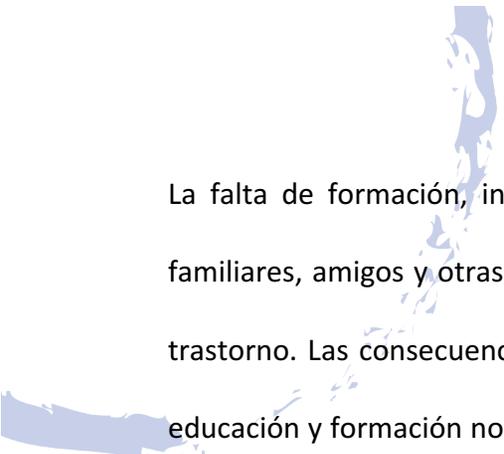


III. JUSTIFICACIÓN

La importancia del tema propuesto recae en la falta de conocimiento del TDAH en la población dominicana, y la ausencia de métodos correctos para el trato del mismo, lo que provoca una debilidad en la integración y efectividad en el manejo temprano de los niños con dicha condición.

Según parámetros del Shine Pharmaceutical Ibérica, 5% de los niños alrededor del mundo tienen TDAH, lo que exige un progreso en el conocimiento y concientización del mismo.

“Pese a la alta prevalencia del TDAH, nos encontramos ante una realidad social de desconocimiento sobre el trastorno. En un estudio realizado en España con el objetivo de conocer el grado de conocimiento sobre el TDAH de la población general, solamente un 4% de los encuestados reconocían el término TDAH y un 33% consideraba que el TDAH se debía a un entorno familiar o escolar desorganizado.” (Shine Pharmaceutical Iberica, 2015)



La falta de formación, información y atención sobre el TDAH tiene consecuencias negativas directas sobre los niños, sus familiares, amigos y otras personas de su entorno, que sufren el estigma, la insensibilidad y la falta de consideración hacia el trastorno. Las consecuencias de esto afectan al país de forma directa, pues el desconocimiento del trastorno conlleva a una educación y formación no adecuada, y resta personas hábiles y en completa facultad al sistema organizacional y laboral de una población, restando empleados y ciudadanos funcionales a la sociedad dominicana.

La campaña propuesta está hecha para suplir con la demanda social, por ende establecer una cultura de conocimiento acerca del TDAH con el blanco de público que fomentaría el bienestar de quienes tienen el trastorno y eventualmente erradicar la ausencia de un trato adecuado para quienes viven con esta condición.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

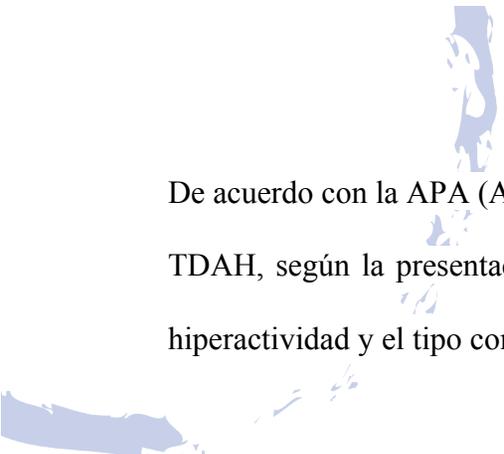
4.1 Definición conceptual

El TDAH es un trastorno del comportamiento bastante frecuente, ya que se estima que afecta a entre el 8 y el 10% de los niños en edad escolar. Los niños son tres veces más propensos que las niñas a padecerlo, aunque todavía se desconoce la causa.

Los niños con TDAH actúan sin pensar, son hiperactivos y tienen problemas de concentración. Pueden entender lo que se espera de ellos pero tienen dificultades para completar las tareas, ya que les cuesta estar quietos, prestar atención y atender a los detalles.

Por tanto, podemos ubicar al TDAH:

“Como un trastorno que afecta mayoritariamente a niños y adolescentes aunque también puede extenderse a la vida adulta. El TDAH afecta negativamente al ámbito académico-laboral, al emocional y al social. Es una condición transcultural, incide mayormente en población en etapa escolar y los síntomas pueden persistir en la vida adulta.” (Mayor & Garcia, 2011)

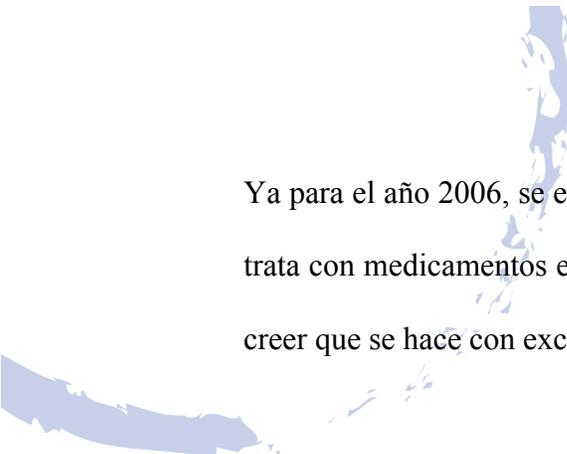


De acuerdo con la APA (Asociación Americana de Psiquiatría), en su manual de diagnóstico general, se establecen 3 subtipos del TDAH, según la presentación del síntoma predominante: el tipo con predominio del déficit de atención, el de impulsividad e hiperactividad y el tipo combinado donde predominan síntomas de impulsividad e hiperactividad.

En República Dominicana, el diagnóstico de este trastorno es muy pobre, y manejado exclusivamente por el sector privado. La ignorancia respecto a la condición que presentan estos niños resulta un problema y obstáculo para el buen desarrollo de estos en la sociedad dominicana. Para evitar esto, surge el objetivo principal de este trabajo: una campaña publicitaria que concientice y fomente el conocimiento acerca del TDAH. Se puede establecer un trabajo publicitario en una campaña ubicada en los distintos medios de comunicación para lograr informar, concientizar y fomentar el conocimiento del TDAH en el país.

Se puede tener la impresión que el déficit de atención es de aparición reciente, como si fuera el diagnóstico de moda. Aparece en la literatura médica al final del siglo XVIII y recién se tuvo mayor conocimiento sobre este síndrome a mediados del siglo XX.

En 1798 aparecen menciones en documentos médicos, aún cuando la condición ha existido siempre. Alexander Crochton describe una enfermedad de “atención” en los niños que hoy se conoce como Trastorno de Atención y se agrupa con el espectro autista. Este médico escocés la describe como “una inquietud mental que les hacía incapaz de atender con constancia”. (Crochton, 1798)



Ya para el año 2006, se estimaba que el entre el 3% y el 6% de los niños en edad escolar presentan este síndrome. La mayoría se trata con medicamentos estimulantes y no estimulantes. La gran cantidad de diagnósticos y tratamientos con medicamentos hace creer que se hace con exceso. Aunque independiente de la terapia médica que se siga, los diagnósticos corresponden a la realidad.

En Santo Domingo, República Dominicana, no se han realizado campañas que fomenten, informen o intenten persuadir a la comunidad acerca del TDAH y el cuidado y diagnóstico de estos niños. Esto se puede ver en la falta de estudios al respecto y el constante referimiento del sector público al privado respecto al trastorno.

Como solución a la problemática, se propone una campaña de concientización a los ciudadanos dominicanos acerca de los niños con TDAH, su diagnóstico, síntomas y el trato correcto, así motivar a la población a cuidar y educar correctamente a quienes poseen esta condición.

V. OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

Diseñar una campaña de concientización sobre los niños con TDAH para el MINERD en Santo Domingo.

5.2 Objetivos específicos

1. Determinar si la falta de conocimiento sobre el TDAH es un problema en la formación temprana de los niños con esta condición en República Dominicana.
2. Indicar si los padres y maestros son capaces de detectar un niño con TDAH identificando los síntomas y/o señales.
3. Definir el plan de mercado más factible para la colocación de una campaña de bien social acerca de los niños con TDAH en República Dominicana.

VI. MARCO REFERENCIAL

6.1 Marco Teórico

El TDAH es un trastorno que altera el comportamiento, aprendizaje y la capacidad de concentración de los niños por tanto afecta el desarrollo del infante en su ambiente social, familiar y escolar.

(Cardo & Servera, 2005):

“El trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH) es un trastorno del comportamiento infantil, de base genética, en el que se hallan implicados diversos factores neuropsicológicos, que provocan en el niño alteraciones atencionales, impulsividad y sobreactividad motora. Se trata, de un problema genérico de falta de autocontrol con amplias repercusiones en su desarrollo, su capacidad de aprendizaje y su ajuste social.”

L. Molinero, J. Villalobos, M. Redondo, A Martín, M. Rivera, F. Sanz, 2009:

“El TDAH se caracteriza por un patrón mantenido de inatención y/o hiperactividad- impulsividad, que es más frecuente y grave que el observado en sujetos de un nivel de desarrollo similar. Los síntomas, según criterios DSMIV-TR, deben

presentarse en dos o más ambientes, antes de los 7 años de edad y causar un deterioro clínicamente significativo de la actividad social, académica o laboral”.

El trastorno por déficit de atención se presenta durante la infancia, y afecta un 8% de los infantes. Como lo afirma Francisco de la Peña Olvera.

“El TDAH es uno de los problemas de salud mental más frecuente en la población pediátrica, se estima su prevalencia en la población abierta entre el 3% y el 4%, la más elevada corresponde al grupo de niños entre los 6 y los 9 años que es del 8%”.

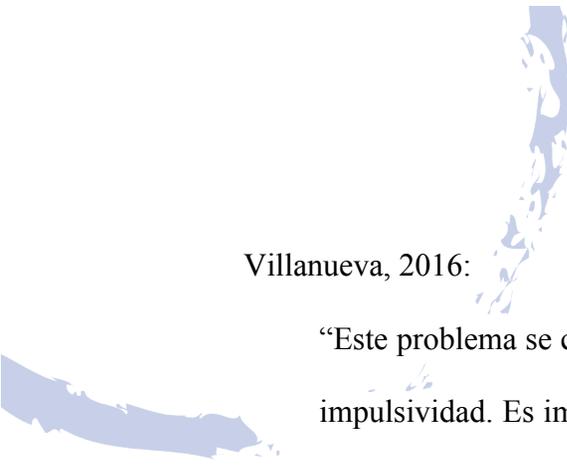
(Olvera, Palacion, & Pérez, 2010)

Un gran porcentaje de los niños con TDAH presentan varios problemas agregados, a los que se le denomina como comorbilidad.

(Artigas-Pallarés, Comorbilidad en el TDAH, 2003):

“En un estudio realizado en Suecia por el grupo de Gillberg, se ponía en evidencia que el 87% de niños que cumplían todos los criterios de TDAH tenían, por lo menos, un diagnóstico comórbido, y que el 67% cumplían los criterios para, por lo menos, dos trastornos comórbidos”.

Dentro de los problemas de comorbilidad están; la falta de atención, la hiperactividad, la impulsividad, que son los síntomas más comunes que presenta el TDAH, y estos afectan la conducta del infante en todas las áreas en la que se puede relacionar o desarrollar.



Villanueva, 2016:

“Este problema se conforma por la suma de tres grupos de síntomas; como son el déficit de atención, la hiperactividad o la impulsividad. Es importante diferenciar estos síntomas de las conductas evolutivamente normales del niño, y por supuesto de otros problemas o trastornos que pueden presentar síntomas similares. En otras palabras, no todos los niños que se mueven mucho o tiene problema para atender tiene un TDAH.”

En concreto, el TDAH es una realidad social que se debe enfrentar y aprender a trabajar para con ella. Servera lo define en un contexto actual:

“El trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH), probablemente, y dejando al margen las discapacidades psíquicas, sea el trastorno psicopatológico de mayor impacto en el desarrollo y en la vida del niño, su familia y su entorno en general.”
(Servera, 2005)

6.2 Antecedentes del problema

El TDAH no siempre fue aceptado por la APA (Asociación Psiquiátrica Americana), era considerado como desobediencia o mal crianza de los niños, pero todo cambió a medida que este problema fue creciendo. El español Rafael Guerrero en el 2016, en su libro TDAH: Entre la patología y la normalidad, narra:

"Encontramos los primeros escritos sobre el TDAH en una obra del escocés Alexander Crichton, que data del año 1798. En dicha obra, que tenía por título 'Una investigación sobre la naturaleza y el origen de la enajenación mental', Crichton describía los síntomas de lo que hoy conocemos como TDAH con presentación inatenta. A esta manifestación le dio el nombre de 'mental restlessness' (inquietud mental), y ponía el acento en la dificultad de los chicos que la padecían para poder prestar atención de manera correcta" (Guerrero, 2015)

Rafael Guerrero también comparte:

"En 1845, el alemán Heinrich Hoffmann, médico psiquiatra, escritor e ilustrador de cuentos, publica la obra Der Struwwelpeter (Pedro melenas), donde relata sobre 'Felipe el nervioso' y describe los problemas de atención e hiperactividad de este niño. Más tarde, en 1902, George Still, médico inglés, publica un artículo en la prestigiosa revista

Lancet donde describe a un grupo de niños con una serie de síntomas muy parecidos a lo que hoy denominamos TDAH con presentación combinada. Es la primera descripción científica sobre el TDAH” (Guerrero, 2016).

A pesar de que los primeros indicios del trastorno se presentaron en 1798, no fue hasta 1980 que la Asociación Americana de Psiquiatría (APA) estimó que "el niño que a menudo se distrae con facilidad, tiene dificultades para concentrarse en sus deberes, hay que llamarle la atención en casa con frecuencia o se sube a los muebles, estaba mostrando síntomas de trastorno mental."

Hoy en día “El trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) es uno de los trastornos psiquiátricos más frecuentes en la infancia, ya que afecta entre el 3 y el 6% de los niños. Tiene elevada comorbilidad, ya que con frecuencia aparece acompañado de otros problemas. Se transmite en familias con un alto componente genético y factores medioambientales no completamente conocidos” (Esperón, 2008)

Por lo que podemos comprobar que este trastorno afecta cada vez más a las personas a medida que van pasando las generaciones, y aparecen cada vez más ciudadanos que no saben tratar el tema, es decir, no saben cómo identificar a las personas padecientes del TDAH ni cómo tratarlos.

6.3 Marco Conceptual

Trastorno

"Cambio y alteración que se produce en la esencia de las características permanentes que conforman una cosa o en el desarrollo normal de un proceso junto al cambio en el funcionamiento de un organismo." (Oxford University Press, 2014)

Deficit

"Definido como cualquier pérdida o anormalidad de la estructura o función psicológica anatómica o fisiológica que puede ser temporal o permanente, innata o adquirida." (A.P.M, 2010)

Hiperactividad

"Se caracteriza por excesiva intranquilidad, concentración lábil, reducción del tiempo de atención y pobre control de impulsos. Estas características determinan frecuentes dificultades en la conducta y el aprendizaje escolar." (Innatia, 2016)

Cormobilidad

"La presencia de enfermedades coexistentes o adicionales en relación con el diagnóstico inicial. " (CAT Barcelona, 2008)

Impulsividad

"Designa un trazo de la personalidad, una forma de comportarse de un individuo que actúa sin prever las consecuencias que pueden comportar sus actos, por lo cual podemos encontrar en pacientes afectados de patologías neuropsiquiátricas como el trastorno bipolar o el trastorno de la personalidad borderline." (Jeff Francois, CCM, 2014)

Cognitivo

"Conjunto de actos y estrategias que se llevan a cabo con la intención de lograr o difundir un determinado objetivo." (María Merino, 2014).

Concientización

"Indica aquella 'acción cultural por la liberación', propia de una acción educativa, que tiende a desmitificar la realidad y a preparar al hombre a actuar en la praxis histórica, en base a la cual la toma de conciencia emerge como intencionalidad y el hombre no es solamente un contenedor de cultura, sino, en el contexto dialéctico con la realidad, deviene creador de cultura en un proceso de conocimiento activo, auténtico y dinámico." (Paulo Freire, Sobre la acción cultural, 2012)

Campaña

"Conjunto de actos y estrategias que se llevan a cabo con la intención de lograr o difundir un determinado objetivo." (María Merino, 2014).



Estrategia de Comunicación

"Herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado." (Bolunta, 2002)

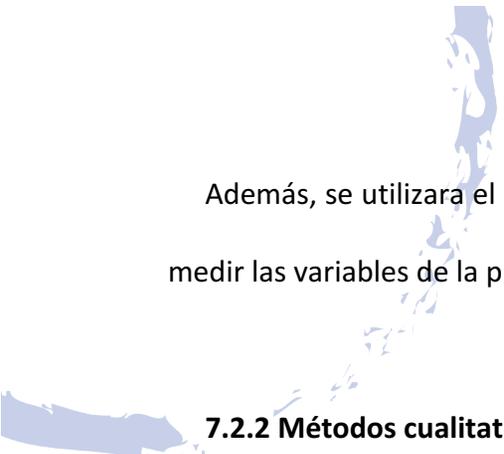
VII. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1. Tipo de Investigación

Por la naturaleza de la información que se utilizará, la investigación será mixta, usando un carácter descriptivo, pues se representará el problema y se determinarán sus indicios, desarrollo, evolución, entre otras variables de importancia. De la misma forma se utilizará el carácter explicativo con el propósito de indicar causas y efectos del tema a estudiar. También se empleará la investigación de campo, ya que se apoyaran en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

7.2 Método de investigación

7.2.1 Métodos cuantitativos



Además, se utilizará el método estadístico, donde se analizará el resultado cualitativo y cuantitativo de la investigación para medir las variables de la problemática.

7.2.2 Métodos cualitativos

El método de investigación a utilizarse será el método deductivo ya que se partirá de proposiciones generales sobre las diferentes situaciones que causan la problemática de la falta conocimiento del TDAH en los niños, hasta concluir con proposiciones específicas.

Se utilizará de igual forma el método analítico con el fin de descomponer un todo en sus diferentes elementos. Así se determinará cuáles son las estrategias adecuadas para la campaña.

7.3 Técnicas de investigación

Se utilizarán encuestas, para aplicarlas al público objetivo con la finalidad de detectar sus distintas percepciones.

También se empleará la entrevista, dicha técnica se les aplicará a profesionales en el área de psicología y magisterio para conocer el desarrollo de la problemática, junto a la observación de los niños con TDAH en el ámbito escolar y sus hogares.

VIII. FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

- Barkley, R. A. (2013). *Tomar el control del TDAH en la edad adulta*. España: Ediciones Octaedro, S.L.
- J.A. Ramos-Quiroga a, b. R.-M.-C.-M.-G.-B. (2006). *Trastorno por déficit de atención con hiperactividad en adultos: caracterización clínica y terapéutica*. Barcelona: Current Psychiatry Reports.
- Pérez, E. B. (2014). *TDAH a través de la vida*. México.
- La Real Academia Española. (2014). *Enciclopedia*. Madrid, España.
- Elisea, J. G. (2009). Tipos de Campaña Publicitaria.
- Galan, E. (2014). *Elizabeth Galán*. México: LILAPETHAD.
- ANA (Association of National Advertisers). (1996). Estados Unidos.
- ANC Comunicación Publicitario. (Marzo de 2011). Barcelona, España.
- Equipo de Redacción de Concepto.de. (09 de 2017). *concepto.de*. Obtenido de <http://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- Shine Pharmaceutical Iberica. (Mayo de 2015). *TDAH y tú*. Obtenido de <http://www.tdahytu.es/que-es/>
- Mayor, J., & Garcia, M. (2011). Trastorno por Déficit de Atención/Hiperactividad (TDAH). *¿Hacia dónde vamos ahora?*
- APA (Asociación Americana de Psiquiatría). (s.f.). *Manual de Diagnóstico General*.
- Crochton, A. (1798). *Las primeras apariciones del TDAH*. Escosia.
- Cardo, E., & Servera, M. (2005). *Prevalencia del Trastorno de deficit de atención e hiperactividad*. Barcelona.

Molinero, L., Villalobos, J., Redondo, M., Martín, A. R., & Sanz, F. (2009). *Estudio psicométrico-clínico de prevalencia y comorbilidad del trastorno de déficit de atención con hiperactividad en Castilla y León*. España.

Olvera, F. D., Palacion, J. D., & Pérez, E. B. (2010). Declaración de Cartagena para el TDAH: *Rompiendo el estigma*.

Artigas-Pallarés, J. (2003). Comorbilidad en el TDAH.

Servera, M. (16 de Marzo de 2005). Modelo de autorregulación de Barkley aplicado al trastorno por déficit de atención con hiperactividad. .

Guerrero, R. (2015). *TDAH: Entre la patología y la normalidad*. (T. MAS, Ed.) España: Libros Cúpula.

Esperón, C. S. (2008). *Convivir con niños y adolescentes con TDAH* (2da edición ed.). España, Madrid: Editorial Medica Panamericana.

Oxford University Press. (2014). *Manual de diagnostico TDAH*. Estados Unidos.

A.P.M. (2010). TDAH. *Revista de Psicología y salud mental del niño y el adolescente*.

Innatia. (2016). Viviendo con mis hijos con TDAH.

Artigas-Pallarés, J. (2003). Comorbilidad en el TDAH.

Freire, P. (2012). *Sobre la Acción Cultural*. Argentina.

Ingreso general. (2002). *Margen de TDAH en la cultura*. Bilbao.

Anzil, F. (Noviembre de 2010).

Lopresti, R. (2007). *Recursos naturales, régimen argentino y comparado*. Buenos Aires: Ediciones Unilat.

Cervantes, M. (1998). *Ecología General*. Publicaciones Culturales.

Marina Lanfranco Vázquez, M. M. (s.f.). *CECIES*. Obtenido de cecies.org: <http://www.cecies.org/articulo.asp?id=222>

Equipo de redacción, R. e. (05 de 2016). *MasTiposde.com*. Obtenido de http://www.mastiposde.com/recursos_naturales.html

Greenpeace. (s.f.). Guía verde del ahorro de energía. Buenos Aires, Argentina.

Pérez J., M. M. (2012). *definición.de*. Obtenido de <http://www.definicion.de/energia/>

Energía, A. I. (s.f.). *Agencia Internacional de Energía*. Obtenido de <https://www.iea.org/>

Twindell, J., & Weir, T. (1986). *Recursos energéticos renovables*. Obtenido de http://www.miliarium.com/ATECOS/HTML/Soluciones/Fichas/Energias_renovables.pdf

Moreno, R. P. (1 de Julio de 2012). *Definición de energías renovables*. Obtenido de <http://energias-renovables-y-limpias.blogspot.com/2012/07/definicion-de-energias-renovables.html>

Vera G., y. G. (13 de Mayo de 2014). *www.portaleducativo.net*. Obtenido de www.portaleducativo.net: <https://www.portaleducativo.net/quinto-basico/106/Tipos-de-energia>

¿Qué son energías alternativas? (s.f.). Obtenido de <http://www.compromisorse.com/sabias-que/2010/03/30/que-son-las-energias-alternativas/>

Calvo, M. (23 de 03 de 2012). *twenergy*. Obtenido de <https://twenergy.com/a/que-son-las-energias-renovables-516>

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/WordPress>. (2009). Obtenido de <https://jman01.files.wordpress.com/2009/11/tipos-de-campanas-publicitarias.pdf>

Bembibre, C. (7 de Marzo de 2011). Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php>

Española, R. A. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23 edición ed.). Madrid.

van Dyke, F. (2008). *Conservation Biology: Foundations, Concepts, Applications* (2 edición ed.). Springer Verlag.

Cervantes, M. (1998). *Biología General*.

Sfeir, A. (15 de Abril de 2013). Alfredo Sfeir, la apuesta presidencial del Partido Ecologista. (P. Campos, Ed.) *Diario Uchile*.

Marrero, L. (1957). *La tierra y sus recursos*. Caracas, Venezuela: Publicaciones Cultural S.A.

República, S. C. (2015). *Banco de la república, Actividad cultural*. Obtenido de ¿Qué son los medios de comunicación?: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion

Reyes, P. R. (s.f.).

Elisea, J. G. (Julio de 2003). División de Estudios de postgráfico. *Desarrollo de Campaña Publicitaria*. Universitaria, México.

Kidwai, M. (s.f.). *ehowenespanol*. Obtenido de http://www.ehow.com/about_7221638_definition-print-media_.html

Server, W. H. (Abril de 2010). *techne microsoft*. Obtenido de [https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2\(v=ws.11\).aspx](https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2(v=ws.11).aspx)

Anónimo. (s.f). *Bolunta*. Obtenido de <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>

Merca2.0, M. e. (22 de Julio de 2009). BRIEF. (G. d. Katedra, Ed.) México.

Mglobal. (10 de Marzo de 2015). *¿Cómo hacer un buen plan de medios?* Obtenido de Mglobal: <https://mglobalmarketing.es/blog/como-hacer-un-buen-plan-de-medios/>

Clasificaciones, E. d. (2017). *"Tipos de campañas publicitarias"*. Obtenido de <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/629-tipos-de-campanas-publicitarias>

Ishikawa, K. (s.f).

Juran, J. (s.f).

Nina, J. R. (Junio de 2017). Recopilación de información para tesis sobre la concienciación del uso de la energía renovable. (M. F. Sirí, Entrevistador) Santo Domingo, D.N, República Dominicana.

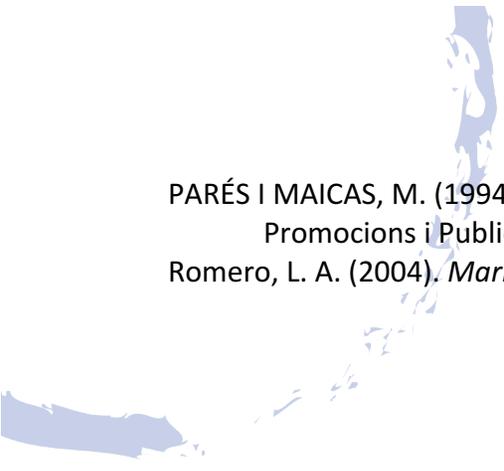
Romero, L. A. (2004). *Marketing social. Teoría y práctica*. México : PEARSON EDUCACIÓN.

Andreasen. (1994). Marketing social: definición y dominio. *Journal of Public Policy and Marketing*. www.webscolar.com. (s.f.). Obtenido de <http://www.webscolar.com/conceptos-de-energia-segun-diferentes-autores>

Bloom, P. (1995). Beneficiando la sociedad y más allá. *Journal Marketing Management*.

Anónimo. (s.f.). *concepto definicion de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/patrocinio/>

CLOTAS, P. (s.f.). TÉCNICAS DE PATROCINIO Y DE CAPTACIÓN DE RECURSOS EXTERNOS. En P. CLOTAS. LID.



PARÉS I MAICAS, M. (1994). La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio. Barcelona: Promocions i Publicacions Universitàries, SA.

Romero, L. A. (2004). *Marketing Social Teoría y Práctica*. México: Pearson Educación.

IX. ESQUEMA TENTATIVO

Dedicatorias

Agradecimientos

Índice

Introducción

Capítulo 1. Marco Metodológico

1.1 Planteamiento del problema

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

1.2.2 Objetivos específicos

1.3 Justificación

1.4 Tipo de investigación

1.5 Diseño Metodológico

1.5.1 Tipo de investigación

1.5.2 Método de investigación

1.5.3 Técnicas de investigación

1.6 Técnicas e instrumentos

1.7 Población y Muestra

1.8 Entrevistas

1.9 Resultados de encuestas

1.10 Análisis resultados de encuestas

Capítulo 2 El TDAH

2.1 Concepto de Trastorno Psicológico

2.2 El TDAH

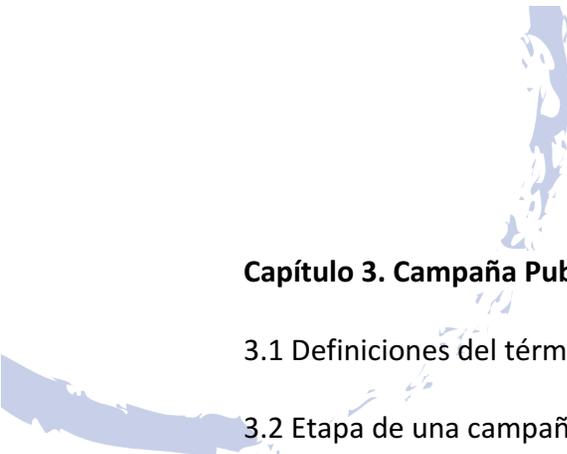
2.3 Tipos de TDAH

2.4 Causas del TDAH en los niños

2.5 Consecuencias del TDAH en la adultez

2.6 Diagnóstico y métodos de tratamiento del TDAH en niños

2.7 El TDAH en la República Dominicana



Capítulo 3. Campaña Publicitaria

3.1 Definiciones del término campaña publicitaria

3.2 Etapa de una campaña publicitaria

3.3 Tipos de campaña publicitaria

3.4 Medios de comunicación

3.5 Factores a tomar en cuenta en la planificación de medios

3.6 Campañas publicitarias de concienciación en República Dominicana

Capítulo 4. Propuesta de campaña de concientización sobre los niños con TDAH para el MINERD en Santo Domingo

4.1 Propuesta de campaña publicitaria

4.2 Concepto de campaña de concienciación

4.3 Materiales P.O.P

4.4 Redes Sociales

4.5 Exterior



Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos



ENCUESTA CAMPAÑA CONCIENTIZACIÓN TDAH

1. Edad
2. Sexo
3. Grado de estudios
4. Clase social
5. Lugares que frecuenta
6. ¿Conoces lo que es el TDAH?
7. ¿Conoce usted a alguien con este trastorno (TDAH)?
8. ¿Conoce usted las características de un niño con TDAH?
9. ¿Crees que es importante que los profesores tengan conocimiento del TDAH ?
10. ¿Cree usted que los niños con TDAH deben ir a colegios especiales?
11. ¿Considera usted que es importante saber lo que es el TDAH y saber identificarlo?
12. ¿Crees que en Rep.Dom existe suficiente información sobre el TDAH?
13. ¿Cuál crees es la mejor manera de informar a la población acerca de este trastorno?
14. Al mencionar la palabra trastorno de déficit de atención que colores le viene a la mente?
15. Tipos de medios de comunicación que más utiliza

ENTREVISTA CAMPAÑA CONCIENTIZACIÓN TDAH

PSICÓLOGOS

1. En promedio, ¿a cuántos pacientes con TDAH da asistencia?
2. ¿Cuál es el tratamiento correcto que debe recibir un niño con TDAH en el ámbito escolar?
3. ¿Cuáles son los síntomas que permiten identificar un niño con TDAH?
4. ¿Cuál es el pronóstico para la vida adulta de un niño con TDAH?
5. ¿Cuáles son las consecuencias a futuro para un niño que no recibe el tratamiento correcto?
6. De los modelos de tratamiento para los niños con TDAH, existe el CSP, el único avalado por la OMS; ¿Conoce usted este modelo ? ¿De qué forma lo utiliza?
7. Si no conoce este modelo o utiliza algún otro, explíquenos el cuadro de tratamiento de su preferencia.
8. ¿Considera eficiente una campaña que concientice a la sociedad acerca del TDAH?
9. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

PROFESORES

1. ¿Alguna vez ha tenido usted un alumno con TDAH?
2. ¿Qué diferencias en la forma de conducta nota en los niños hiperactivos y los niños con TDAH?
3. ¿Cuál ha sido su vivencia con este tipo de trastorno?
4. ¿Usted ha recibido alguna preparación para tratar niños con TDAH?
5. ¿Cuál es la forma determinada en el centro para tratar a los alumnos con este trastorno?
6. ¿Conoce usted el modelo CSP avalado por la OMS? Si lo conoce, está de acuerdo con el cuadro de tratamiento estipulado en el modelo?
7. ¿Considera eficiente una campaña que concientice a la sociedad acerca del TDAH?
8. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

PADRES

1. Describa los 3 principales valores que la condición de su hijo le han permitido desarrollar.
2. Explique las preocupaciones acerca del futuro de su niño.
3. ¿Tiene problemas académicos su niño? Explique
4. ¿Cómo fue el descubrir la condición de su niño?
5. Explique los parámetros para escoger un colegio para su niño.
6. ¿Creen que es factible la creación de campañas de concientización para que la población sepa y reconozca este tipo de trastorno?
7. ¿Considera eficiente una campaña que concientice a la sociedad acerca del TDAH?
8. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

INTEGRANTE DEL MINERD

1. ¿Existe un departamento que trate la parte psicológica de los niños?
2. Cómo tratan ustedes a las personas con TDAH?
3. ¿Tienen algún tipo de ayuda para estos?
4. ¿Cómo un niño con TDAH aplica para recibir su ayuda?
5. ¿Cuáles centros están preparados para recibir a niños con este trastornos
6. ¿Están preparados los profesores para tratar a niños con TDAH?
7. ¿Creen que es factible la creación de campañas de concientización para que la población sepa y reconozca este tipo de trastorno?
8. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

Entrevistas

Eddú Del Villar

Profesora 6to Grado
Colegio LOGOS

1. ¿Alguna vez ha tenido usted un alumno con TDAH?

Si, he recibido más de uno cada año en mis 6 años como maestra.

2. ¿Qué diferencias en la forma de conducta nota en los niños hiperactivos y los niños con TDAH?

Lo hay en la forma de entender la clase, al menos desde mis perspectivas. Los niños exclusivamente hiperactivos son inquietos pero entienden que deben controlar su energía. Sin embargo, los niños con TDAH son más inquietos.

3. ¿Cuál ha sido su vivencia con este tipo de trastorno?

Suelen ser niños muy amorosos, pero si nunca se les ha hablado de su condición, siempre se sienten mal y menos que los demás, y en mi experiencia eso ha traído muchos problemas en el aula.

4. ¿Usted ha recibido alguna preparación para tratar niños con TDAH?

Si, soy psicóloga clínica y escolar, sé manejar el trastorno.

5. ¿Cuál es la forma determinada en el centro para tratar a los alumnos con este trastorno?

Se trabaja de mano del departamento de atención a la diversidad, se realizan adaptaciones académica y conductuales según la necesidad que presente cada niño.

6. ¿Conoce usted el modelo CSP avalado por la OMS? Si lo conoce, está de acuerdo con el cuadro de tratamiento estipulado en el modelo?

No, no es de mi conocimiento, como dije manejamos a los niños de forma diferente.

7. ¿Considera eficiente una campaña que concientice a la sociedad acerca del TDAH?

Si, siempre que se enfoque a los docentes y futuros estudiantes de magisterio, y que los colegios se encarguen de enseñar a los padres.

8. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

Se podra crear conciencia para evitar que etiqueten a los niños como necios o tontos, los padres podrán tener alternativas de contar con el apoyo de colegios o lugares preparados para asistirles.

Karina Valenzuela
Madre de Erik, 9 años, TDAH

1. Describa los 3 principales valores que la condición de su hijo le han permitido desarrollar.

Mi hijo me ha permitido desarrollar los valores de perseverancia, bondad y honestidad.

2. Explique las preocupaciones acerca del futuro de su niño.

Me preocupa que no encaje en la sociedad, que no pueda hacer una vida lo más normal y practica posible por el desconocimiento que hay en este país.

3. ¿Tiene problemas académicos su niño? Explique

Antes de saber su condición, si, siempre tenia problemas en el colegio. Pero una vez fue diagnosticado, esta en un colegio que lo tratan y educan mejor! Se que en la universidad necesitara ayuda, pero por ahora tenemos paz.

4. ¿Cómo fue el descubrir la condición de su niño?

Nos costó mucho, pero fue bueno saber porqué era tan inquieto. Y encontrar una solución efectiva para lograr que tenga una vida normal.

5. Explique los parámetros para escoger un colegio para su niño.

Que este bien registrado en el minerd, que la ubicación quede cerca de casa, que tengan optativas deportivas y un programa de educacion especial.

6. ¿Creen que es factible la creación de campañas de concientización para que la población sepa y reconozca este tipo de trastorno?

Si, asi dejan de creer que los niños con esa condición son necios o lo que sea.

7. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

Informaria a todos acerca del trastorno, permitiria su inclusion y la creacion de programas para tratar el asunto.

Jessica Valenzuela
Asistente Administrativa
Dpto. RR. HH.
MINERD

1. ¿Existe un departamento que trate la parte psicológica de los niños?

Si, tenemos el Dpto. de Educación Especial.

2. ¿Cómo tratan ustedes a las personas con TDAH?

No los tratamos perse, solo supervisamos que los colegios cumplan con tener un Dpto de Psicología que cumpla las normativas rgulares de trato a los estudiantes con algún trastorno.

3. ¿Tienen algún tipo de ayuda para estos?

No, eso depende del colegio y sus estipulaciones.

4. ¿Cómo un niño con TDAH aplica para recibir su ayuda?

En los colegios se les hacen pruebas para certificar su condición y son ellos quienes deciden el tratameinto practico escolar para los niños.

5. ¿Cuáles centros están preparados para recibir a niños con este trastornos?

Hay una lista disponible en nuestro portal.

6. ¿Están preparados los profesores para tratar a niños con TDAH?

Depende del centro en el que trabajen, pero los centros oficiales, estipulados en nuestro portal, poseen una serie de pruebas y exámenes para incluir cuerpo docente.

7. ¿Creen que es factible la creación de campañas de concientización para que la población sepa y reconozca este tipo de trastorno?

Si, creo que ayudaría mucho a borrar el espacio entre normalidad y anormalidad escolar.

8. ¿Qué beneficios encuentra usted si se realiza una campaña como esta?

El aumento del conocimiento de la gente respecto a esta condición.

