

ÉXITO, LUEGO EXISTO...



CAMPAÑA PARA LA CONCIENTIZACIÓN DEL ÉXITO



cómo influye en la vida cotidiana de la gente y sus seres queridos. cómo está malinterpretada la palabra y a veces se piensa que es sinónimo de felicidad.



TRABAJO FINAL DE CARRERA

Alumno: Joaquín Dimitrijevič

Docente: Jorge Bardelás

Diseño Gráfico

Universidad de Belgrano

ÉXITO

ÉXITO, LUEGO EXISTO...

PROYECTO DE TESIS

Un proyecto cuyo fin es ayudar a quienes sienten que perdieron el rumbo en su vida.

Índice

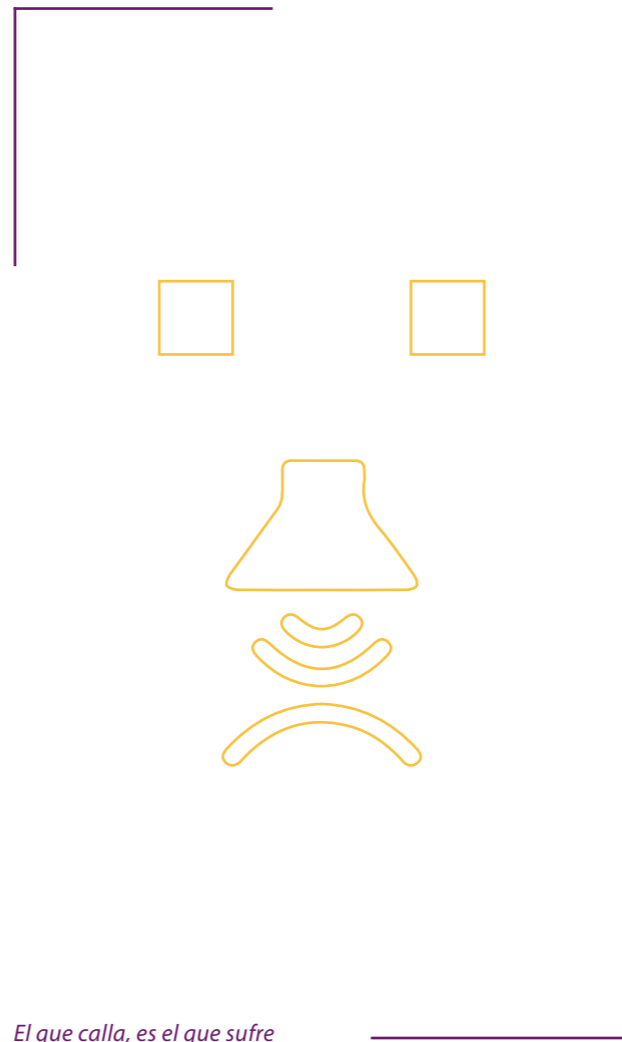


INTRODUCCIÓN	8
MAPA CONCEPTUAL	10
MARCO DESCRIPTIVO	12
problemática -----	12
objetivos -----	14
el diseño como herramienta -----	16
MARCO CONTEXTUAL	18
psicología -----	18
suicidios -----	19
violencia -----	20
el éxito -----	22
covid-19 -----	24
redes sociales -----	26
MARCO TEÓRICO	28
marco general -----	28
marco específico -----	42
CASOS	52
un sol para los chicos -----	52
greenpeace -----	54
PROYECTO	56
el proyecto -----	56
propósito -----	57
público -----	58
estrategia y medios -----	59
lugar -----	60
MARCA	62
la marca -----	62
paleta cromática y tipografías -----	63
lenguajes -----	64
PIEZAS	66
CONCLUSIONES	102
BIBLIOGRAFÍA	104

Introducción

NO SILENCIES TUS SENTIMIENTOS

MUCHAS VECES QUIENES MENOS EXPRESAN SON LOS QUE PEOR LA ESTÁN PASANDO. LOS HUMANOS ESTÁN HECHOS PARA HACERLE VER AL MUNDO QUE SON MUY FELICES QUIÉN SABE PARA QUÉ. LO QUE ESTÁ CLARO ES QUE EL PRIMER PASO PARA ENCASILLARSE AL



El que calla, es el que sufre

Vivimos en un tiempo en el que la **crítica** y la mirada del otro se encuentra en constante juicio de nuestras acciones. Cada vez el mundo parece estar más cerca de lo que fue la novela de George Orwell, 1984. Hay una palabra que constantemente está en nuestras bocas, y de no ser así, por lo menos está en nuestras mentes. Esa palabra es la que por los días nos tiene preocupados y por las noches nos tiene desvelados. ¿Quién nunca se cuestionó en algún momento de su vida si era el camino correcto el que estaba transitando? ¿Quién nunca sintió que la vida se le pasaba como un reloj de arena pero nunca consiguió alcanzar sus proyectos soñados?

*Hay una palabra que parece abarcar todo lo que el ser humano quiere tanto para uno mismo, como para la gente que quiere. Esa palabra corta pero muy extensa. Estamos hablando de el **ÉXITO**.*

La finalidad de éste proyecto es **acompañar** a quienes lo necesiten y quieran en esta experiencia que llamamos **vida**. Hay una famosa frase que dice “sobre gustos no hay nada escrito”, ahora me gustaría

tomarla como ejemplo y decir “sobre éxito no hay nada escrito”. Las personas cada vez son menos felices y tratan con mayor vehemencia de mostrar lo contrario, ya sea en sus redes sociales como en sus relaciones personales diarias. El “¿cómo estás?” no tiene otra respuesta que no sea “bien”, cuando tal vez por dentro se tengan ganas de mandar todo al diablo y gritar.

Como diseñador gráfico, me parece muy importante tomar este asunto como desafío, ya que mucha gente hace oídos sordos cuando se les dice qué hacer con su vida, pero nunca van a poder hacer ojos ciegos, porque el impacto de una imagen puede ser mucho más potente que mil consejos. Es por eso que el fin no es solamente ayudar a quienes se sientan desmotivados, sino también, el demostrar que el diseño es una herramienta muy potente, que sirve para mucho más que vender algo, o denotar belleza. El diseño es una herramienta capaz de ayudar y hacer el bien.



**JÓVENES Y ADULTOS SE SIENTEN PERDIDOS
HAY QUE REDEFINIR EL ÉXITO**

Mapa conceptual



Marco descriptivo

PROBLEMÁTICA

*Si el humano busca constantemente ser exitoso y lograr la aceptación de los demás, pero no sabemos cual es la clave del éxito, ni parece existir, entonces es **imposible ser exitoso**.*

Como se mencionó anteriormente, el éxito es relativo a cada individuo y ser vivo. Por ejemplo, para un león, ser exitoso en su especie es ser un feroz cazador y así ganarse el respeto del resto de su especie. Para un ciervo, tal vez el más exitoso es quien más rápido corre para no ser capturado por su depredador. Entonces... ¿podemos concluir en que el éxito está fuertemente ligado a destrezas que te permitan sobrevivir? **NO...** ya que hay otras especies como los pavos reales, los cuales los más "exitosos" son aquellos que tienen el plumaje de su cola más largo y colorido, lo cual termina siendo perjudicial para su subsistencia, porque al tener plumas más largas y coloridas, va a ser más lento y a su vez más fácil de ser localizado por su cazador, aunque también, le va a dar mayor aceptación por el sexo opuesto y aumenta sus posibilidades de reproducirse.

¿El éxito está ligado a quién es más apto para sobrevivir (león feroz o ciervo veloz) o quien tiene mayor aceptación por el resto?

Vayamos al campo de los seres humanos.

En los inicios de la vida humana, era más exitoso el más fuerte y apto para defenderse de cualquier peligro, o el mejor cazador. ¿Hoy en día podría decirse que el más exitoso es el que tiene más facilidad para cazar? ¿O es quién más dinero gana para mantener a su familia? ¿O el que a pesar de no ganar mucho dinero, tiene lo suficiente para vivir bien?

¿QUÉ ES EL ÉXITO? ¿QUIÉN ES EXITOSO?

El éxito está fuertemente ligado al paradigma, contexto social o cultura.

Por eso que es esperable no recibir la misma respuesta de una persona que trabaja todos los días en busca del ansiado dinero, a la de quienes prefieren vivir con lo justo, pero a su manera.

¿APTITUD O ACEPTACIÓN?

El éxito cultural en algunos países.

Dependiendo del país en el que nos encontremos, se puede apreciar que los objetivos de vida son muy diversos. El contexto de cada país, la realidad de cada uno de sus habitantes, el paradigma que los engloba; todos estos factores son modificadores de la percepción del éxito. Por eso a continuación, se mostrará qué es el éxito para gran parte de cada país.

Para un chino, el éxito y la riqueza no quedan reducidas al dinero. En el caso de un japonés es imprescindible vivir una vida enriquecedora. Pero dentro de Singapur, la filosofía es vivir como uno quiere, quedando el significado de 'éxito' lejos de estereotipos triunfalistas.

Si le preguntás a un sudafricano, el éxito profesional es sinónimo de independencia financiera. Pero al consultar a un residente de Emiratos Árabes, la respuesta más común va a ser que el éxito es rodearse de placeres y lujos. También hay países como Hong Kong, en los cuales el éxito consiste en vivir dispuesto a nuevas experiencias.

Es esperable, que las aspiraciones de cada habitante de un país no sean las mismas,

pero yendo a casos más cercanos, a continuación se mostrarán respuestas de ciudadanos argentinos acerca del éxito:

- "Para mí, ser exitoso es estar feliz y rodeado de la gente que quiero"
- "Ser exitoso para mí sería conseguir un mejor trabajo para poder darle una mejor calidad de vida a mi familia"
- "Tener más tiempo libre para jugar con mis hijos"
- "Poder recibirme rápido y trabajar de lo que me gusta"

El factor común entre todas esas respuestas, se encuentra el amor de seres queridos y el trabajo, lo cual está fuertemente ligado al dinero.

OBJETIVOS

OBJETIVO CENTRAL

Despertar la curiosidad en las personas para que comiencen a cuestionarse día a día qué es el éxito para ellos, no para el resto.

OBJETIVOS PRIMARIOS

- Fomentar el constante **cambio**.

- **Prevenir el estancamiento** por no obtener los resultados deseados.

- **Informar** que el éxito es el fin de proyectos que nunca termina. (Lo mismo pasa en el diseño, un proyecto siempre es modificable y mejorable. Todo proyecto se encuentra en un estado de cambio constante.)

- **Motivar** la oportunidad de alcanzar lo que cada uno quiere, sin dejarse influir por las exigencias que se nos fueron inculcando al ir creciendo.

Por eso los sueños de los chicos suelen ser más genuinos que los de la gente adulta que ya fue influenciada y contaminada por las exigencias sociales. Para muchos adultos, ser exitoso es ganar plata.

- Ofrecer **un espacio** a quienes sientan que su vida no es lo que soñaron.

- Fomentar la **autoaceptación** más allá de la opinión del resto.

- **Cambiar el paradigma** que dice que ser exitoso es tener más plata que el resto.

- **Cuestionar** el ojo crítico del resto cuando no es con buenos fundamentos.

- **Concientizar** que los sueños se pueden cumplir muchas veces.



OBJETIVOS SECUNDARIOS

- **Generar lazos** entre las personas que forman parte de este proyecto.

- Promover las **buenas acciones** que son las que pueden cambiar para bien el día de cada persona.

- **Ayudar** a quienes necesiten motivarse.

- Fomentar la **proactividad**.

- **Eliminar el miedo** al fracaso, ya que al no intentarlo, ya se estará fracasando.

EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA

El diseño tiene un rol muy importante en este proyecto, ya que los objetivos principales no son el atosigar a la gente de información o lavarles la cabeza con palabras. La meta es lograr **apasionarlos**, moverles algo en sus mentes o conseguir **motivarlos** para pensar que tal vez es momento de **replantear metas**.

Una imagen bien diseñada, con un mensaje bien diseñado, en tan solo un pantallazo puede ser más efectiva que un sermón. Por eso cada pieza deberá ser pensada, con el fin de que cada receptor sienta que fue creada para ellos mismos.



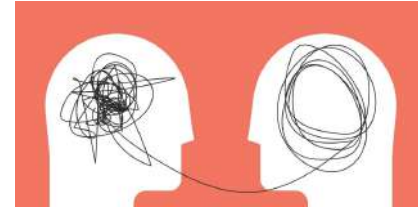
Marco contextual

LA PSICOLOGÍA ESTÁ EN AUMENTO

Argentina es el lugar donde más ejercen profesionales de la salud mental con más de 80.000 profesionales

En Argentina hay 82.776 psicólogos activos. En proporción, hay casi 200 por cada 100.000 habitantes. Es el país con más analistas del mundo. El hecho de que cada vez haya más gente que se especializa en este tipo de temas, significa que hay cada vez más gente que necesita acudir a profesionales, lo cual deja en evidencia la importancia que tienen las personas en poder tener un momento dedicado a ellas mismas, en los que puedan decir todo lo que no se animan a decir en su vida cotidiana.

En todo el mundo, también está cada vez más aceptado y fomentado la asistencia a un psicólogo o asistente de salud mental.



Necesidad de ordenar los pensamientos

“Estoy muy convencido de que una etapa importante del pensamiento humano se habrá alcanzado cuando lo fisiológico con lo psicológico, así como lo objetivo con lo subjetivo, estén realmente unidos.”

I. Pavlov

EL SUICIDIO POR MIEDO AL FRACASO

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), cada 40 segundos una persona pierde la vida por causa de un suicidio, por eso es que se pronunció al respecto, motivando a los países a que hagan algo para evitar que la gente llegue a eso.

Entre 2010 y 2016, la ONU (Organización de las Naciones Unidas) anunció que la tasa global de suicidios disminuyó en un 9,8%. Pero hubo una única región en la cual los casos aumentaron, en América.

LA ENFERMEDAD MÁS PELIGROSA

La OMS dijo que cerca de 800.000 personas mueren por suicidio cada año. Más muertes que las que deja la malaria, cáncer de seno, guerras o los homicidios. Fue calificada como un problema grave de salud pública mundial.

A pesar de la gravedad del asunto, tan solo son 38 países los que tienen estrategias de prevención del suicidio.

En total, son más los hombres que ponen fin a su vida suicidándose que las mujeres:

- 7,5 de cada 100.000 mujeres se suicidan.
- 13,7 de cada 100.000 hombres se suicidan.

El 79% de los suicidios en el mundo ocurrieron en países de bajos ingresos, los países de altos ingresos tuvieron la tasa más alta, con 11,5 cada 100.000.

EL MÉTODO DE SALIDA DE JÓVENES

La segunda causa de muerte entre los jóvenes de 15 a 29 años es el suicidio. Después de los accidentes de tránsito, es la mayo causa de muerte en jóvenes. En adolescentes de 15 a 19 años, es la segunda causa de muerte entre las mujeres (después de las afecciones maternas) y la tercera entre los niños (después de los accidentes de tránsito y la violencia interpersonal).



LA VIOLENCIA COMO EXPRESIÓN

Un acto que está en crecimiento y envenena a las sociedades y personas que en ella viven.

Cada año, más de 1,6 millones de personas en todo el mundo pierden la vida violentamente. La OMS, detectó este problema y lo nominó como un problema de salud pública.

Estos datos poco representan, ya que muchas veces, los actos violentos se producen puertas adentro de la casa, donde nadie se entera más que los que viven ahí.

Más allá de las muertes, millones de personas terminan heridas a consecuencia de actos violentos y en base a esto, sufren problemas físicos, sexuales o mentales.

Las muertes y discapacidades causadas por la violencia son uno de los principales problemas de salud pública de nuestro tiempo. La violencia es una de las principales causas de muerte entre el rango etario de 15 y los 44. Es la responsable del 14% de las defunciones entre la población masculina y del 7% entre la femenina. Cada día mueren 1424 personas en actos de homicidio, casi una persona por minuto. Unas 35 personas mueren cada hora como consecuencia directa de un conflicto armado. En el siglo XX, 191.000.000 de personas de esta manera. Algunos estudios han demostrado que en algunos países los gastos sanitarios causados por la violencia representan más del 5% del PIB.



Afiche contra la violencia

MILLONES DE HERIDOS

VIOLENCIA DE GÉNERO

Agresión física o mental hacia una mujer por el simple hecho de ser mujer.

Otro de los indicios que dejan en evidencia la discriminación de las personas con su vida por causa de la falsa concepción que se tiene del éxito, es el aumento de la violencia, dentro del ámbito familiar y contra las mujeres.

La violencia de género es cualquier acto violento producido por la dominación de los hombres sobre las mujeres. Puede tener como consecuencia un daño físico, sexual o psicológico. Así también como las amenazas de cometer algo de lo previamente dicho.

Se estima que el 35% de las mujeres del mundo sufrió violencia física o sexual por parte de una pareja como alguien ajeno a la pareja. No se tuvo en cuenta el acoso para estas cifras.

Por otro lado, hay estudios que dicen que hasta el 70% de las mujeres sufrió violencia física o sexual. Quienes han sufrido esto, muestran tasas más altas de depresión y más posibilidades de contraer VIH que las que no lo sufieron.

¿ES AMOR O ES ODIO?

De las 87.000 mujeres que fueron asesinadas en el mundo en el 2017, más de la mitad fueron matadas por sus parejas o miembros familiares. Lo que quiere decir que 137 mujeres alrededor del mundo son asesinadas a diario por familiares.



No más violencia de género

¿QUÉ ES EL ÉXITO?

Todos queremos ser profesionales exitosos, formar una pareja exitosa, alcanzar el éxito económico...

La mayoría piensa que alcanzar el éxito es no tener que preocuparse por nada. Que en tu familia todo funcione perfecto y te puedas comprar lo que quieras sin hacer grandes esfuerzos. Ser la envidia del resto y tengas un buen cargo o seas famoso. Pocos se pueden dar el lujo de cumplir todos estos requisitos. Entonces... ¿Todo el resto son unos fracasados? ¿No se puede ser feliz sin todo esto?

El éxito consiste en obtener lo que se desea. La felicidad, en disfrutar lo que se obtiene.

Emerson

¿Exitoso es el que tiene mucho? ¿Cuantos famosos y millonarios viven en la infelicidad? Muchas veces, gente que parece tener todo lo que importa, como el dinero, fama, amor, termina siendo la más infeliz. Existen muchos casos de famosos que decidieron quitarse la vida a pesar de tener la que muchos envidian.

EL PATRÓN DEL ÉXITO GENERALIZADO

Existe esa concepción generalizada del éxito, pero depende de factores subjetivos. Va mucho más allá que la posibilidad de comprarse lo que uno quiere.



No es imposible alcanzar el éxito

ES ALGO PERSONAL

Todos deberíamos tomarnos el tiempo de penar, definir y redefinir qué éxito buscamos a lo largo de nuestras vidas. Existen muchas formas de ser exitoso según el contexto en el que vivamos y el momento de nuestras vidas.

EXITO = FINAL FELIZ

La palabra “éxito” viene del latín “exitus” y significa “final” o “término”. Los ingleses adoptaron esta palabra como “exit” y es la que se ve en la salida de todo espacio cerrado. Si vamos a su acepción original, éxito es todo aquello que pone fin a una carencia o a un sufrimiento.



El éxito es el final del camino

CÓMO SER MILLONARIO Y EXITOSO

21 PASOS

COMPORTAMIENTOS PARA CUMPLIR METAS Y ADMINISTRARSE

1. Establecer buenos hábitos diariamente.
2. Establecer nuevas metas siempre.
3. Comprometerse a mejorar.
4. Cuidar tu salud.
5. Mejora tus relaciones.
6. Hacer las cosas con moderación.
7. Terminar todo.
8. Mantener una actitud positiva.
9. Ahorrar dinero regularmente.
10. Rechazar los pensamientos que te limiten.
11. Vivir de acuerdo a lo que tengas.
12. Leer diariamente.
13. No ver tanta televisión.
14. Hacer más de lo requerido.
15. Hablar menos y escuchar más.
16. No rendirse.
17. Pasar tiempo con los que piensan igual.
18. Encontrar a un nuevo mentor.
19. Conocer el “porqué”.
20. No dar ventaja al miedo.
21. Mejorar tus capacidades.

COVID-19 (Coronavirus)

El COVID-19 (coronavirus disease 2019), en español conocida como enfermedad por coronavirus 2019 e incorrectamente como neumonía por coronavirus, es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2.

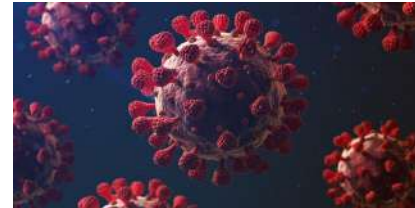
SÍNTOMAS

Fiebre, tos, disnea, mialgia y fatiga. En casos graves se caracteriza por producir neumonía, síndrome de dificultad respiratoria aguda, sepsis y choque séptico que conduce a cerca de 3,75 % de los infectados a la muerte según la OMS. **No existe tratamiento** específico; las medidas terapéuticas principales consisten en aliviar los síntomas y mantener las funciones vitales.

TRANSMISIÓN

La transmisión se produce mediante gotas que se emiten al hablar, estornudar, toser o respirar, pasan directamente a otra persona mediante la inhalación, o quedan sobre los objetos y superficies que rodean al emisor, y luego, a través de las manos, que lo recogen del ambiente contaminado, toman contacto con **boca, nariz u ojos**.

El contagio se puede prevenir con el lavado de manos frecuente, o en su defecto la **desinfección** de las mismas con alcohol en gel, cubriendo la boca al toser o estornudar y evitando el contacto cercano con otras persona. La **OMS** desaconsejaba en marzo la utilización de máscara quirúrgica por la población sana, en abril la OMS consideró que era una medida aceptable en algunos países. Expertos recomiendan el uso de máscaras quirúrgicas basados en estudios sobre la Influenza H1N1, donde muestran que podrían ayudar a reducir la exposición al virus.



Molécula de Covid-19



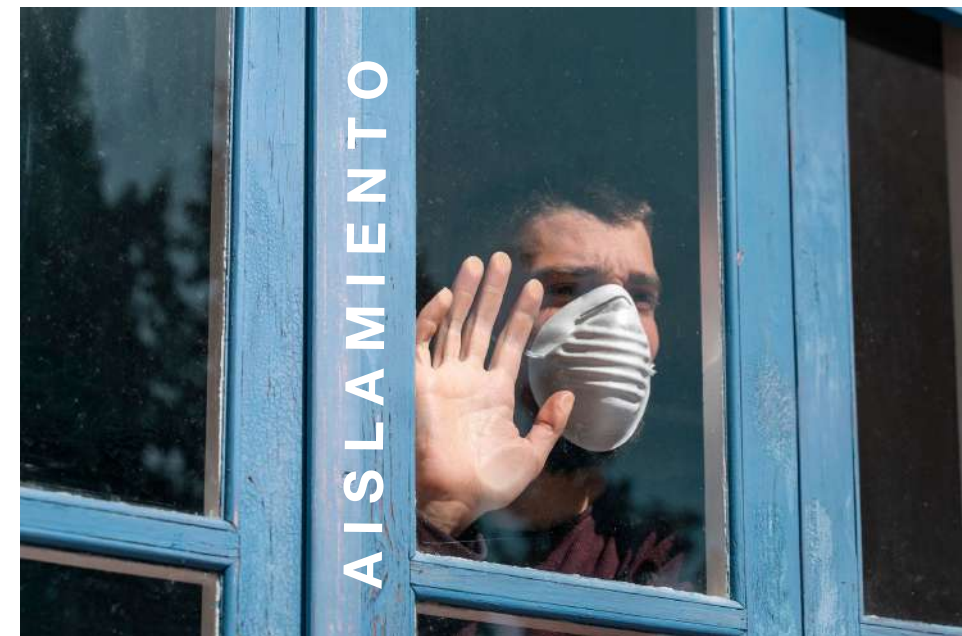
¿Organización Mundial de la Salud?

VALORAMOS LO QUE NO TENEMOS

El ser humano está acostumbrado a dar por merecido todo lo que tiene, y recién al perderlo o no tenerlo más es que realmente lo valora.

Debido a la pandemia del Coronavirus, muchas personas comenzaron a valorar cosas simples como el poder ir a una plaza a tomar sol, poder juntarse con amigos, abrazarse, darse un beso. Poder ver a todos tus seres queridos mayores, sin miedo a exponerlos a una enfermedad que pueda causarles la muerte. El poder ir a clase y ver a tus amigos, compartir un mate. Hasta juntarte a entrenar con tu equipo es algo que se vio afectado por la pandemia.

¿Cuántas veces pensamos que una reunión social podía ser una **pérdida de tiempo** o un acto de irresponsabilidad por no estar haciendo cosas del trabajo? Hoy en día es que realmente nos damos cuenta que lo social no es pérdida de tiempo, y que tiene un valor inigualable.



REDES SOCIALES

Las redes sociales llegaron para quedarse hace más de diez años. Revolucionaron por completo el mundo de la comunicación y medios. Dentro de las redes sociales más populares que existen en la actualidad destacan Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Twitch y TikTok.

El objetivo principal de las redes sociales es facilitar la **comunicación virtual entre diversos individuos** de manera individual o grupal. Siendo de gran beneficio para comunicarse desde diversos lugares del planeta.

AUTOESTIMA Y SALUD EMOCIONAL

- IDEAL DE BELLEZA

Durante la adolescencia se producen un conjunto de cambios físicos y emocionales que pueden ser abrumadores. Las generaciones actuales tienen redes sociales al alcance de sus manos.

En la actualidad se han visibilizado en las redes sociales y mediante anuncios publicitarios, unos cánones de belleza femeninos inspirados en una **perfección** que muchas veces es **falsa**.

Esto suele generar **estrés en las adolescentes**. Sobre todo en aquellas que son víctimas de las manifestaciones físicas de la pubertad. Tales como la aparición de granos, estrías e incluso problemas de sobrepeso.

Muchas adolescentes postean fotografías que son editadas con filtros mediante programas de edición. Esto es producto de la presión social ejercida por estos medios, que imponen unos cánones de belleza bastante exigentes.



La belleza de las redes sociales



Buscando aceptación en las redes

- EXPRESIÓN PÚBLICA

Las redes son un espacio en el que los usuarios se expresan mediante textos, vídeos o imágenes.

Si una adolescente está en medio de un mal momento emocional y postea un contenido que revele sus emociones, es porque desea encontrar apoyo y necesita expresarse.

Al no conseguir apoyo sino más bien lo contrario, su confianza y ánimo en general pueden verse comprometidos. Esto con el tiempo puede desencadenar problemas de autoestima e incluso depresión.

- DESCONEXIÓN DE LA REALIDAD

En la adolescencia se pueden tener ciertos problemas en relación al ámbito social. Conseguir verdaderos amigos puede ser complicado. Además que los problemas de timidez son frecuentes en esa etapa.

Esto puede ser un problema si el adolescente pierde su conexión con el mundo real, o prefiere considerablemente estar en la red que fuera de ella.

- IDENTIDAD FALSA

Por la confusión y el impacto mediático que ofrece la publicidad y las redes sociales en relación a los cánones de belleza femeninos, algunas adolescentes recurren a perfiles falsos de chicas atractivamente más ventajosas.

Con esto pueden ocultar su identidad y vivir un mundo fantasioso. Que puede alterar por completo su percepción del mundo real, y sobre todo de su estimación personal.

CUENTAS FALSAS EN REDES SOCIALES

 **270.000.000**

 **48.000.000**

 **48.000.000**

Según Prosegur



Al menos 10% de los perfiles son falsos

Marco teórico

general

Es poco probable que hoy en día se invierta mucho dinero en campañas cuyo fin sean el hacer sentir mejor a las personas, siempre hay un trasfondo y la meta es el recaudar dinero, ganar poder, vender algo, o cosas por el estilo. Pocas veces una campaña va a ser 100% beneficiosa, ya que el mundo parece girar en torno a una sola cosa, dinero y por más buenas intenciones que se tengan, sin dinero, su difusión va a verse afectada.

El éxito, es un tema que siempre va a dar que hablar, para cada persona el éxito puede ser algo distinto, lo que queda claro es que hay muchos psicólogos, sociólogos, filósofos y hasta personas que en base a sus experiencias de vida, tratan de enviar un mensaje positivo al resto de las personas.

PALABRAS CALIFICADAS

Empecemos remarcando algunas frases de personas calificadas para hablar al respecto.

CONFUCIO fue un reconocido pensador chino. Procedente de una familia noble arruinada, a lo largo de su vida alternó periodos en los que ejerció como maestro con otros durante los cuales fue funcionario del pequeño estado de Lu, trabajó de carpintero en el noreste de China, durante la época de fragmentación del poder bajo la dinastía Zhou.

T. HARV EKER es un escritor, empresario y orador motivacional canadiense, conocido por sus teorías sobre la riqueza y la motivación. Es autor del libro Los secretos de la mente millonaria.

DAVID BRINKLEY fue un periodista estadounidense de la NBC y ABC, cuya carrera duró desde 1943 hasta 1997.

BENJAMIN FRANKLIN, político, polímata, científico e inventor estadounidense. Es considerado uno de los Padres Fundadores de los Estados Unidos.



confucio

“ Nuestra mayor gloria no es no fracasar, sino levantarnos cada vez que caemos.

El éxito depende de la preparación previa, y sin ella seguro que llega el fracaso. ”



harv eker

“ Si quieres hacer un cambio permanente, deja de centrarte en el tamaño de tus problemas y céntrate en tu tamaño. ”



david brinkley

“ Un hombre exitoso es el que es capaz de construir algo con los ladrillos que otros le han tirado. ”



benj. franklin

“ Sin continuo crecimiento y perseverancia, palabras como mejora, logro y éxito no tienen significado. ”

DEL CAMINO Y LA VIRTUD

EL LIBRO ANCESTRAL DEL TAO-TE-KING

Lao Tse significa en chino “Viejo Maestro”. Viene por una leyenda acerca de su nacimiento: quiso la tradición que fuera hijo de una virgen, y parido por la axila izquierda de la mujer tras 80 años de gestación. Fue causa eficiente del parto un rayo de luz que penetró por la boca de su madre, mientras descansaba bajo un ciruelo. Nació con los rasgos de un viejo, el rostro arrugado y los cabellos y la barba de color blanco, tal como se le representa en la iconografía china; su senectud era símbolo de innata sabiduría.

El Tao Te ching es un libro de 81 máximas. Se centra en el Tao, o camino que el ser humano para alcanzar la felicidad, tanto en el trato con los demás humanos (su dimensión social) como en la relación con la naturaleza (su dimensión cósmica). No se trata de una cosa tangible ni de una regla deducible, sino de un principio inmaterial que inspira el universo.

El orden natural se basa en la acción de dos fuerzas cósmicas, la **positiva y la negativa**, complementadas íntimamente entre sí, y reciben los nombres de **yang** (principio luminoso y activo, propio de la masculinidad) y **yin** (oscuro, pasivo y femenino). Todo se compensa con su opuesto: la vida con la muerte; el placer con el dolor. No habría vida sin el juego complementario del yin y el yang, en el sentido más físico del término. Las contraposiciones aparentes sólo son aspectos, manifestaciones parciales de la unidad cósmica superior. No hay un estado superior a otro. Todo adquiere su valor en el marco global del Tao.

**El Tao que puede nombrarse no es el Tao eterno.
El nombre que puede nombrarse no es el nombre inmutable.
La no existencia es el principio del cielo y de la tierra.
La existencia es la madre de todo lo que hay.**



“Producción sin posesión/acción sin imposición/evolución sin dominación.”

- Un viaje de mil millas comienza con un solo paso. Cuanto más lejos se va, menos se sabe. ...
- El agua es suave y dócil. Pero mina y corroe lo duro. ...
- Toda acción provoca reacciones. La amabilidad en palabras crea confianza. ...
- Diferentes en la vida, los hombres son semejantes en la muerte.

Citas de sabiduría de Lao Tse

NO OPRIMIR, NO SERVIR, NO DIVAGAR

Se resumen en una virtud esencial: la humildad. En el taoísmo, modestia individual y sumisión al Tao informan la clave última de la felicidad. “Producción sin posesión/acción sin imposición/evolución sin dominación.” Ni siquiera el maestro pretende crear escuela, porque se contenta con servir de ejemplo sin imponer su voluntad. Señala, pero no horada.

EL HINDUISMO

Es una mezcla de diversas tradiciones y creencias:

- **Dharma:** Se refiere a la moralidad y los deberes y hay multitud de ellos.
- **Samsara:** La reencarnación.
- **Karma:** Entendido como la acción correcta, la acción (o inacción) y sus consecuencias.
- **Moksha:** La liberación.

El hinduismo tradicional tiene dos Dharmas:

- **Grihasta Darma** o la vía **doméstica**
- **Sanyasa Dhrama** o la vía **ascética o monástica**.

La vía doméstica tiene cuatro metas:

- **Kama:** Placer de los sentidos.
- **Artha:** Riqueza y prosperidad.
- **Dhrama:** Leyes de la vida.
- **Moksha:** La liberación.

La vía ascética tiene el **Moksha** como la meta suprema. Esto es, la liberación del alma de la rueda o ciclo de reencarnaciones.

También se cree en la **verdad**, la **honestidad**, la **no violencia**, el celibato, la limpieza o higiene, la satisfacción a través del equilibrio, los rezos, la austeridad, la penitencia...

Se suele decir que los hindúes practican la idolatría, ya que rinden culto a múltiples imágenes o representaciones de dioses en múltiples formas.

Entienden que la vida del ser humano está dividida en cuatro etapas y hay ritos y rituales bien definidos para cada etapa desde el nacimiento hasta la muerte, que se llaman 'Samskāra'.



Ganesha es un dios del panteón hindú con el cuerpo humano y la cabeza de elefante, hijo de los dioses Shiva y Parvati. Es una de las deidades más conocidas y adoradas en la India, por ser removedor de obstáculos, patrono de las artes, de las ciencias y señor de la abundancia.

VERDAD
HONESTIDAD
NO VIOLENCIA
LIMPIEZA

EL BUDISMO

Cuatro nobles verdades:

- La vida es sufrimiento:

En la vida hay dolor, enfermedades y al final la muerte. También hay sufrimiento mental como el miedo, la ira, la frustración, la envidia, la decepción.

Buda es consciente de que también hay felicidad.

El budismo enseña que se puede erradicar el sufrimiento y lograr la felicidad.

- El sufrimiento es resultado de los deseos y de la ignorancia:

Llegar a Nirvana es llegar a un estado 'sin deseos', librarse del sufrimiento. La condición humana nos demuestra que un deseo cumplido puede resultar en el surgimiento de un nuevo deseo. Somos avariciosos, egoístas, y un deseo cumplido puede resultar en la formación de una nueva atadura.

Por otro lado, un deseo no cumplido puede resultar en la ira, en la frustración... Por ello debemos liberarnos de nuestros deseos.

- Se puede superar el sufrimiento:

Es posible lograr la verdadera felicidad. Tenemos que concentrarnos en conocer las causas de nuestro sufrimiento, neutralizar esa ignorancia y orientar nuestra vida a superarlo.

- Seguir el Noble Camino Óctuple:

Su representación es la rueda del dharma, símbolo más universal del budismo.

Ser moral en todos los aspectos de la vida, concentrando la mente en ser consciente de nuestros pensamientos y actos. Desarrollar la sabiduría a través del entendimiento de las Nobles Verdades y mostrar la compasión hacia los demás.



- VISIÓN O COMPRENSIÓN CORRECTA
- PENSAMIENTO O DETERMINACIÓN CORRECTA
- HABLAR CORRECTO
- ACTUAR CORRECTO
- MEDIO DE VIDA CORRECTO (ENTRENAR MENTE)
- ESFUERZO CORRECTO
- CONSCIENCIA DEL MOMENTO CORRECTA
- CONCENTRACIÓN O MEDITACIÓN CORRECTA

LA ESPIRITUALIDAD Y EN ÉXITO

Ari Paluch, periodista, presentador, productor y escritor, que dedicó un espacio a la introspección humana

Nació en Buenos Aires, Argentina, en el año 1962. Egresado de la Escuela Superior de Periodismo del Instituto Grafotécnico. Tuvo sus comienzos de carrera profesional en la radio y logró una consagrada carrera en los medios en el ámbito del periodismo musical,

Debido al éxito que tuvieron sus dos primeros libros, ganó el verdadero reconocimiento como difusor espiritual en la Argentina, España, México, Brasil y Uruguay.

¿Qué mensaje nos transmite?

La sencillez sobre algunas cuestiones esenciales: la oportunidad del aprendizaje, el sentido de la existencia, la verdad, el karma, el destino, la comprensión de las vidas pasadas, la elección que hacemos de nuestros padres, la vida después de la muerte, la importancia de indagar quiénes somos.

- Diferencias entre el dolor y el sufrimiento, la sabiduría y el conocimiento, el cielo y el infierno.
- Alegría de las enseñanzas del otro, gratitud y perdón.
- Buscando un mundo más compasivo.
- Avanzar hacia mayor espiritualidad con esperanza.

¿Cómo abordar el tiempo que nos toca vivir?



Ari Paluch

SUS LIBROS

Son 5 los libros publicados por Ari Paluch, fuertemente ligados a lo espiritual y al éxito personal. El mensaje que potencia es que:

EL DINERO

NO LO ES

TODO

LA PERSISTENCIA Y EL ÉXITO

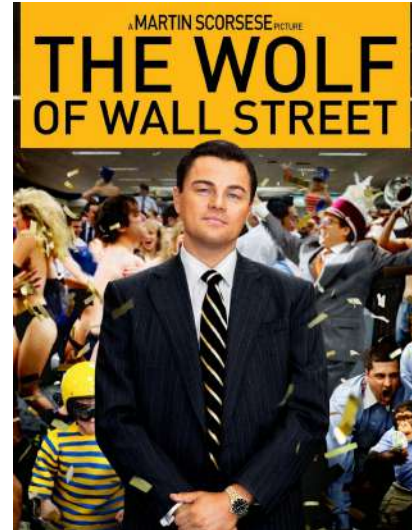
La película “El lobo de Wall Street” nos deja un par de reglas importantes para tener en cuenta.

Regla número 1: Sé un soñador

Es imprescindible luchar por tus sueños contra viento y marea para poder alcanzarlos. Los sueños se cumplen y se alcanzan. Para eso es necesario:

- Trabajar duro
- Tener la **actitud** correcta
- Ser **determinante**

En la película “El lobo de Wall Street”, Jordan Belfort muestra sus sueños: convertirse en Corredor de Bolsa y ser rico. Ambos pudo lograrlos, si bien los métodos son muy cuestionables, la **determinación y actitud** son innegables para llegar a alcanzarlos.



Dirigida por Martin Scorsese

PARA GANAR
HAY QUE SOÑAR
Y NO RENDIRSE



Regla número 2: Haz que las cosas pasen

Es necesario olvidarse de la suerte, del azar, del tarot, de la luna y los astros alineados, eso no existe. “Los teléfonos solo son cajas inútiles si no los usas, así que toma el teléfono y comienza a marcar, ¿ya pagaste tu tarjeta de crédito? Toma el teléfono y comienza a marcar, ¿tu novia te dejó porque no te alcanza el sueldo? Toma el teléfono y comienza a marcar!!!” No se puede esperar a que una casualidad resuelva las cosas o que llueva el dinero.

Regla número 3: Sé íntegro

Estafas, drogas y sexo descontrolado pueden llevarte por un camino inapropiado. ¿Vale la pena?. Ser honesto hubiese sido mejor negocio para The Wolf, evitándose la cárcel y la confiscación de sus bienes.

Regla número 4: Cuidado con las amistades

Influyen en el rumbo de la vida. El mentor del Lobo lo hizo caer en las drogas, llevándolo a la perdición. Su amigo Donnie Azoff estuvo con él en las buenas y en las malas. Hay que reconocer verdaderas amistades.

Regla número 5: Generar una necesidad

Como vendedor es necesario conocer las necesidades de clientes y si no las tiene hay que crearlas. Sucede que una pareja quiere hacer una cosa y nosotros otra y caemos en una discusión. El problema está en no vender la idea de manera adecuada. Imponer no es la solución. Cuando quieras que alguien haga lo que querés, no muestres que la idea fue tuya, sino que se vea como que fue idea de esa persona, y todo fluye en armonía. Generar una necesidad, crear una URGENCIA para salir ganando.

¿Pisarse la cabeza?

LA POTENCIA MENTAL

Las **13 leyes** para tener mentalidad de tiburón, según el libro de Manuel Sotomayor Landecho.

1 “Aprenderás a conocerte día con día, para identificar perfectamente cómo funcionas”

- El auto conocimiento es la pieza clave, porque de esta manera sabemos que nos motiva.
- Hacer una auto evaluación critica para saber cómo está la persona.

2 “Soñarás en grande. Confiarás en ti mismo, sin importar lo que la gente opine y piense de tí”

- La confianza es la gran motivadora, el fracaso no es malo, al contrario, es la solución para saber que estamos haciendo mal y no volverlo a hacer.

3 “Antes de desear algo y buscar más, aprenderás a compartir y valorar cada pequeño detalle que esté presente en tu vida”

- Disfrutar la vida es gran parte del éxito, disfrutar el camino y admirar las cosas que suceden es parte de poder lograr las metas propuestas. Las cosas pueden tomar más valor si se las comparte con alguien que lo merezca.



Mentalidad de tiburón. Las 13 leyes

4 “Te propondrás metas medibles y desarrollarás un ¿Por qué?, el cual será tu motor y motivación”

- Es necesario tener un plan de vida, detallado y con estructura. El “¿Por qué? será de gran importancia, ya ese será el motor para poder seguir con el camino hacia las metas.

5 “Disfrutarás y aprenderás de cada experiencia sea buena o mala, para ser cada vez mejor”

- Cuando aparecen los momentos de crisis, cuando las cosas no salen como se esperaba, cuando esas experiencias se vuelven negativas, es cuando todos se parten a la mitad, cuando las mentes débiles no lo resisten.

6 “Lucharás siempre con fuerza y valores hacia tus objetivos, teniendo fe en que estás destinado a lograr algo grande”

- Los principios y valores son la clave para poder luchar contra los prejuicios y malas influencias.

7 “Jamás te rendirás ante nada ni nadie, porque tu mente es más poderosa que tu cuerpo y tus sentimientos”

- El poder de la mente es increíble, aun cuando el cuerpo ya no pueda más, la mente será el motivador de no rendirse.

8 “No permitirás que ninguna excusa te detenga o desvíe de tu sueño”

- Para lograr el éxito es importante que se hagan sacrificios.

9 “Cuidarás y alimentarás tu cuerpo como el instrumento más preciado y valiosos que tienes”

- Es importante mantenerse saludable, con una dieta y una imagen impecable. Eso generará respeto propio y causará que el resto te respete más.

10 “Tu controlarás la diversión”

- La diversión es importante pero controlada, solo se debe utilizar para relajarte y despejar tu mente”

11 “No te permitirás ser común y mediocre”

- Siempre se debe de pensar en que todo lo que decimos tiene una repercusión y cada uno de nosotros decidimos como queremos que nos recuerden.

12 “En todo lo que te propongas, soportarás el dolor y el cansancio más allá de lo que cualquier ser humano aguante”

- El dolor es un indicador de estar cerca de la meta, pasando el dolor se encuentran tus sueños, metas y objetivos.

13 “Cuando te sientas débil, triste, cansado o sientas miedo, recurrirás a la 1°, 4° 6° y 7° ley”

- Este principio está basado en la ley de la repetición, mientras más lo hagas mejor resultados tendrás.

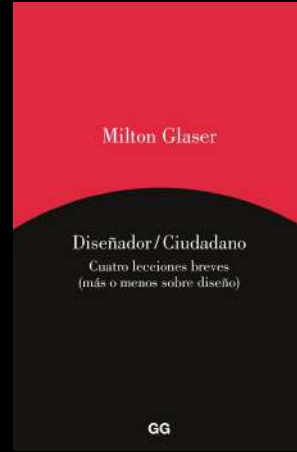
Marco teórico

específico

EL MERCADO VS LA ÉTICA

A Milton Glaser lo representa la honradez y el sentido de la justicia combinadas con una liberadora actitud lúdica e imaginativa. Mantener la integridad ética frente a la seducción del mercado con sentido del humor es un auténtico reto para todo diseñador.

El libro tiene cuatro charlas que el artista norteamericano dirigió a estudiantes de diseño. Muestra su forma de entender y abordar los procesos creativos. Glaser analiza cómo el marketing y la publicidad modifican nuestra cultura en las últimas décadas y reflexiona sobre el papel fundamental de los diseñadores.

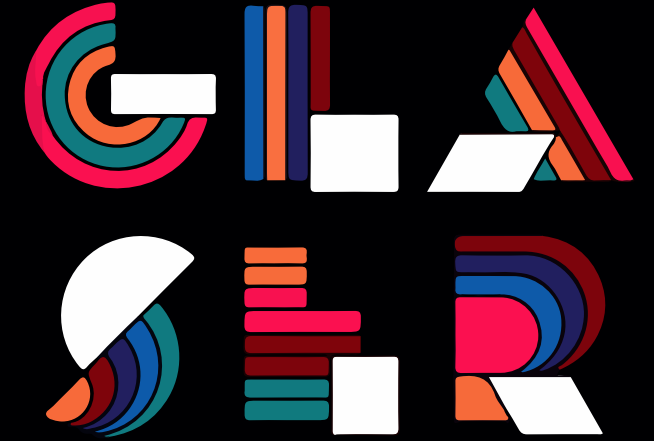
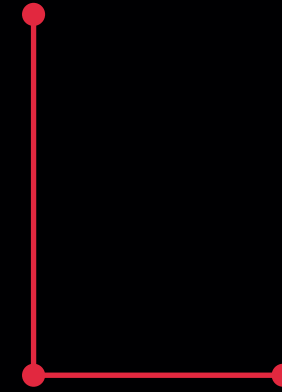


Diseñador / Ciudadano



Milton Glaser

DISEÑADOR



CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO
 CIUDADANO

¿Qué propone?

Una nueva denominación para el diseñador: «He cambiado opinión con respecto a mi autodesignación: **diseñador/ciudadano** me parece una descripción más satisfactoria. Nunca existió un mejor momento para asumir esta función.»

El arte crea comunidad y transforma la sociedad...

CAMPAÑA “NI UNA MENOS”

Movimiento feminista surgido en Argentina en 2015. Es un colectivo de protesta que se opone a la violencia contra la mujer y su consecuencia más grave y visible, el feminicidio.

La primer marcha denominada Ni una menos, se llevó a cabo el 3 de junio de 2015 en ochenta ciudades de Argentina. Se repitieron las manifestaciones el 3 de junio y el 19 de octubre de 2016. En Argentina, hasta 2016 en promedio se cometía un feminicidio cada 30 horas, en 2017 creció hasta llegar a un feminicidio cada 18 horas.

El movimiento también se ha extendido a otros países de Latinoamérica, Europa y Asia, entre ellos Uruguay, Ecuador, Perú, Bolivia, Colombia y Venezuela, Nicaragua, Chile, Italia, Francia, Turquía, Alemania, Suiza, Canadá, Estados Unidos, China, Holanda, Bélgica, Paraguay, Guatemala, Costa Rica, Honduras, Bolivia, República Dominicana, España e Italia.



La Dirección Nacional Asistente de Sistemas de Información, Comunicación y Calidad del INTA hace extensiva a toda la comunidad la convocatoria de apoyo publicando una foto con la leyenda #NiUnaMenos, y para asistir a la concentración del 3 de junio realizadas en las plazas del país.



Las historias de superación de Miriam, Lupita y Cruz, forman parte de la mediana Ni una menos, el mural creado por la artista Vanesa Álvarez en colaboración con el colectivo pontevedrés Til diacrítico.

La obra representada en el pabellón del Berbés forma parte del proyecto “EXPOSTAS” que busca la visibilidad de la mujer en el arte urbano y que se encuentra dentro de la iniciativa “Vigo cidade de cor”. La creadora ha querido destacar el duro proceso de selección para la creación de la obra y su finalidad de servir como inspiración para otras mujeres que sufren de violencia de género.





Ni una menos Costa Rica convocó a artistas gráficas (ilustración, pintura, collage, grabado, etc.) para participar en acción en redes sociales en el marco del #25N: Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres.

A través de una colección de piezas gráficas, recordó a cada una de las mujeres que han sido víctimas de femicidio en Costa Rica desde el pasado #25N.



El dibujante Liniers se suma a la causa con un dibujo a favor de este movimiento.



Trabajos preparados por alumnos sobre violencia de género, femicidios y noviazgos violentos.



CAMPAÑA “DESTAPÁ FELICIDAD”

La compañía pretende motivar a la gente en sus anuncios en torno a que recuerden y revaloren los momentos más sencillos de la vida.

La vida moderna tiene dificultades y momentos difíciles, pero Coca-Cola lanzó una campaña en la que busca una oportunidad cada día para encontrar un momento para reconocer los placeres simples que te da la vida: **la familia, los amigos, tener un trabajo que nos guste, una sonrisa...**

Festejar estar vivos. Esta es la filosofía de la nueva plataforma de comunicación de Coca-Cola, “Destapa la felicidad”.

Coca-Cola buscar lograr vigencia y vanguardia. María Eugenia del Río es la directora de marca de Coca-Cola, y es quién aseguró que ese era el rumbo que debía tomar la marca.

“Si 9 de cada 10 latinoamericanos afirman que el bienestar emocional es una condicionante para ser feliz, y que la felicidad y la salud emocional dependen de uno mismo, nuestro camino creativo debía reforzar esto”
María Eugenia del Río

“Destapa la felicidad”, llegó para evolucionar “El lado Coca-Cola de la vida”, campaña multipremiada por comerciales como “La Fábrica de la Felicidad”, que se transmitió en más de 200 países alrededor del mundo, y continúa invitando a las personas a hacer cosas que las hagan felices, a ser positivos, optimistas y divertidos a través de un mensaje creativo y motivador. Su alcance será también global y tendrá adaptaciones locales de acuerdo a las necesidades de cada país.



destapa la felicidad
open happiness



CAMPAÑA “NO ES UN JUEGO”

Busca sensibilizar a las personas sobre los problemas sociales con mayores índices de afectados en Perú y los cuales son representados a través de los personajes de Nintendo, Super Mario Bros. Los héroes de la infancia personifican a cada uno de los problemas sociales principales.

- Maltrato infantil
- Bullying
- Violencia contra la mujer
- Maltrato animal

Es importante resaltar la relación entre los famosos personajes de Nintendo con los principales problemas sociales ya mencionados. El público captará y relacionará más rápida y sencillamente el mensaje que se desea transmitir a través de las piezas gráficas.

Concientizar a las personas que los problemas sociales no son un juego y se deben enfrentar de manera seria y oportuna.



Casos



En colaboración con:



UN SOL PARA LOS CHICOS

CRÍTICA

Es un evento que se lleva a cabo una vez al año. Si la idea es estar presente para los chicos que más necesitan, ¿por qué sólo una vez al año? No es contraproducente querer ayudar a los niños pero un día de todos los del año? El resto de sus días esos chicos pueden no tener para comer o satisfacer sus necesidades básicas.

Si bien el evento ayuda a los chicos, no está dirigido 100% a ellos. Su gráfica es muy infantil, pero los eventos que hacen y los artistas que llevan no son para un público tan pequeño como el que ellos ayudan. Podrían focalizarse en un público más grande o juvenil, porque son quienes en su mayoría están más dispuestos a realizar cambios en el mundo y en la vida del resto.

INFORMACIÓN DEL EVENTO

Un sol para los chicos es un evento anual televisado en Argentina, emitido y realizado por el Trece junto con UNICEF. El programa es dedicado exclusivamente a la donación de dinero para esta institución, por parte de empresas y televidentes. Son incentivados mediante juegos telefónicos con personajes famosos y sorteos.

El programa tiene un conductor central y también a la mayoría de las figuras de la cadena, y se emite todos los años en el sábado anterior al Día del Niño en Argentina, durando por lo general 9 horas y 30 minutos. Además del programa emitido en vivo, se realizan conciertos con el mismo fin de recaudar fondos para donarlos.

Con el fin de ayudar a UNICEF a recaudar fondos para llevar a cabo su tarea en el país, se creó un programa de televisión que desde 1993 pasó a emitirse exclusivamente por El Trece, con el nombre Un sol para los chicos. Este compromiso de apoyo ininterrumpido es clave no sólo para recaudar fondos que permitan continuar y ampliar el trabajo de UNICEF. También es esencial para poder difundir a la sociedad su tarea en el país, brindarle información sobre la situación de los chicos y movilizarla para que conozca y haga conocer, respetar y cumplir sus derechos.



Su gráfica es muy infantil



Presentan artistas como los nocheros



Tini Stoessel es un gran ejemplo de target al que deben apuntar. Tini es muy querida tanto por chicos pequeños, como adolescentes, quienes son los que más van a insistir a sus familiar para asistir a los eventos.



Guido Kaczka es un conductor de TV muy seguido por la gente joven. Es un buen representante de la gente a la que podrían querer llegar.

Tipografías:

Recurre a tipografías de fantasía y muy infantiles.

Paleta:

Utiliza mucho el celeste y rosa bebé. Colores que suelen ser usados cuando un bebé es nene o nena. Hoy en día esto ya no es tan común, ya que la sociedad es más abierta y acepta cualquier color para cualquier sexo.

Recaudación:

Una nueva edición de Un sol para los chicos recaudó \$105 millones entre música, juegos y actividades en Tecnópolis. Fue la edición número 28 del programa que tiene como objetivo principal recaudar fondos a beneficio de UNICEF, para que los niños, niñas y adolescentes de todo el país tengan mejores oportunidades. 10 ago. 2019

GREENPEACE

GREENPEACE

GRÁFICA

En su gráfica se destacan las imágenes con retórica y un mensaje fuerte y directo a quien las ve.

Incita al que ve sus piezas a sentirse parte, ya sea colaborando con ellos, o haciéndote recapacitar por acciones que no ayudan al planeta.

INFORMACIÓN DEL EVENTO

Greenpeace (del inglés green: verde y peace: paz) es una ONG ambientalista. Realiza campañas en todo el mundo por temas como la agricultura ecológica, los bosques, el cambio climático, contra el consumismo, por la democracia y contrapoder, el desarme y la paz y cuidado de los océanos.

Fue fundada en 1971 en Vancouver, Canadá, tiene su sede en Ámsterdam, Países Bajos. Tiene oficinas en 44 países.



"¿Esto es tuyo?"
El hombre muestra un cepillo de dientes perdido en el mar.



Recurren a elementos cotidianos como los sorbetes. Muestran como al terminar siendo desechados a los océanos o mares, terminan causando la muerte de animales marinos.



La basura no debe definir nuestra cultura



Manos de mono sostienen cinta "Yo sin ti no existo"



"LEGO, ¿Cómo vas a reconstruir lo que Shell destruye?"
Muestra un oso polar tratando de mantenerse firme en un pequeño trozo de nieve con forma de LEGO. Es muy directo en el mensaje que deja y también acusa directamente al responsable de eso.

Proyecto

ÉXITO, LUEGO EXISTO

Éxito, luego existo es una fundación sin fines de lucro, cuyo fin es ayudar a las personas que están pasando una etapa poco alegre en sus vidas o creen que su vida ya no tiene rumbo.

Esta fundación busca generar consciencia del erróneo camino que muchas personas toman en sus vidas, priorizando el dinero por sobre el amor o “felicidad”. Las personas viven trabajando en su etapa más plena, para poder “disfrutar” cuando menos pueden.

Se pretende **cambiar y ordenar el paradigma social** que atenta contra la felicidad de toda persona que no pretenda vivir una vida llena de lujos, sino que opte por disfrutar cada segundo de sus días, sabiendo que la vida es un viaje, el cual tiene un fin, y ese fin, se llama **éxito**.

PROYECTO FINAL

El proyecto final es crear un centro cultural en el que se le dé un espacio a jóvenes y jóvenes adultos, que necesiten ser escuchados, sentirse útiles y volver a creer en ellos mismos. En nuestro centro se podrá acceder a charlas, reuniones, recitales de música y habrá talleres para poder ser más productivos para poder llegar a la vida que uno siempre soñó. Así como también el hacer recapacitar a quienes piensan que el dinero y la fama lo son todo en la vida.

PROPÓSITO A TRAVÉS DEL DISEÑO

Si bien en la actualidad está muy aceptado el hecho de concurrir a un psicólogo, hay muchas otras personas que siguen considerando como **tabú** el hecho de no estar conformes consigo mismas. El **sufrimiento y tristeza** son sensaciones que alejan a los que nos rodean. Es más fácil que alguien quiera estar cerca de alguien alegre y sin problemas que de alguien que esté pasando un mal momento.

Ahí es cuando Éxito entra en el campo de juego. Cuando todo parece oscuro y sin salida es cuando más se debe expresar cómo uno se siente.

No hay mejor salida que seguir avanzando.

La violencia, es una clara expresión de la disconformidad con uno mismo. El hecho de querer hacerle algo malo al otro para hacerlo sentir peor, es la búsqueda enferma por estar en igualdad de condiciones al resto, o simplemente un descargo o expresión directa de que uno no es feliz con su vida.

Cada vez el mundo se convierte más en materialista. Quienes sobresalen del resto, son quienes más dinero tienen, o el que mejor casa tiene, o quien tiene el mejor auto, etc. Pocos envidian al que vive humildemente con su familia, pero feliz.

No es fácil que alguien se deje ayudar, ya que la **negación** es el principal escudo. El punto está en llegar a las personas sin la necesidad de que se **escuden**. Lograr que en un momento de **vulnerabilidad y necesidad**, se encuentren con la ayuda y acudan a ella sin necesidad de atormentarlos.

VIOLENCIA
=
DISCONFORMIDAD

MATERIALISMO
=
MENTIRSE

ESCUDO
=
VULNERABILIDAD

PÚBLICO

Nuestro fin poder llegar a jóvenes y jóvenes adultos que ya comenzaron a vivir su propia vida y elegir verdaderamente el camino de la misma.

- El público está sectorizado en joven y joven adulto.
- Personas que no estén conformes con su vida.
- Quienes tienen lo que “quieren” pero aún así no son felices.
- Los que buscan constantemente la aceptación del resto.
- Todo aquél que crea que es tarde para cambiar el rumbo de su vida.
- Gente que tiene temor a cumplir sus sueños por el qué dirán...
- Jóvenes que empiecen a notar que la vida no es tan feliz como la pintaban.
- Adultos que dejaron de disfrutar su vida para depender de la felicidad de otros, como su familia.



ESTRATEGIA

La estrategia para poder realmente llegar a quienes lo necesitan, es que ellos sean quienes nos buscan a nosotros, no nosotros a ellos. Es por eso que vamos a estar **presentes** en los momentos y lugares que puedan ser más estresantes y frustrantes, como también aquellos en los que se prestan para **reflexionar y filosofar** acerca de la vida. Estos lugares son los concurridos para trabajar (centro, subtes, etc.), universidades y plazas (donde mucha gente se junta a reflexionar).

Las piezas gráficas no van a ser imperativas, sino que apelarán al **razonamiento** de cada uno para poder llegar a las conclusiones necesarias.

Las redes sociales son fundamentales para el desarrollo de nuestra estrategia, ya que es donde más **tiempo** pasa la gente hoy en día y donde busca la **aceptación** de más personas.

Se recurrirá a elementos que remonten a la gente a las épocas en donde más se permitían soñar, su niñez.

Se van a realizar algunas piezas extras, las que la gente pueda guardar y tengan alguna pregunta que los ayude a ver las cosas de otro punto de vista más sano.

El uso de la **retórica** será esencial para poder lograr que cada uno saque sus conclusiones sin tener que decirles qué hacer.

MEDIOS

Afiches persuasivos: Estarán situados en el centro porteño, donde se anglomera mucha gente para trabajar. Estos afiches estarán ubicados en lugares donde puedan ser vistos e inviten a reflexionar a quién lo vea. Tendrán un mensaje retórico. Mostrarán la página web e instagram para que puedan seguirnos.

Intervenciones en estaciones de subte y colectivo: Serán también de carácter persuasivo con la finalidad de dejar en evidencia que alguna acción o pensamiento tuyo puede ser erróneo y estar impidiendo que disfrutes y valores la vida.

Postales con mensajes para la vida: Estas postales serán entregadas sin cargo en el centro cultural.

Redes sociales: Mantener el diálogo con seguidores e informarles.

**ESTAR PRESENTE
CUANDO LO
NECESITEN**

**SACAR
PROPIAS
CONCLUSIONES**

**CONMOVER
O
PERSUADIR**

¿DÓNDE?

- El lugar donde se llevarán a cabo las charlas, exposiciones y reuniones, serán en el Centro Cultural Kirchner, ubicado en Sarmiento 151, CABA

- Habrán charlas y eventos especiales en el Colegio Nacional de Buenos Aires, ubicado en la calle Bolívar 263, CABA.



¿DÓNDE VA A ESTAR LA GRÁFICA?



Plaza Barrancas de Belgrano

PLA-ZAS



Estación Plaza Italia, Línea D

SUB-TE



Parada de colectivo Av Juan B Justo

BON-DI

Marca

Proviene de «cogito ergo sum», planteamiento filosófico de René Descartes, el cual se convirtió en el elemento fundamental del racionalismo occidental.
PIENSO, LUEGO EXISTO

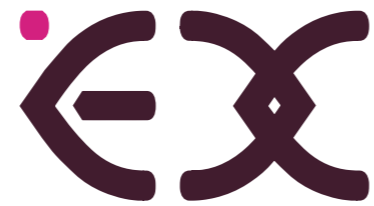
MARCA PRINCIPAL A COLOR CON BAJADA



ÉXITO, LUEGO EXISTO...



MONOGRAMA



PALETA CROMÁTICA



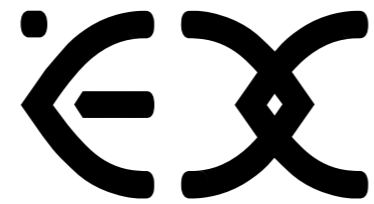
PRINCIPAL B/N CON BAJADA



ÉXITO, LUEGO EXISTO...



MONOGRAMA



PRINCIPAL B/N CON BAJADA



ÉXITO, LUEGO EXISTO...

MONOGRAMA



TIPOGRAFÍAS

- *ORATOR STD*

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

- *ORATOR STD SLANTED*

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

- Helvetica Neue Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- *Helvetica Neue Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- **Helvetica Neue Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- Helvetica Neue Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- **Stretch Sans**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- **BALBEER RUSTIC**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

LENGUAJES

Los lenguajes elegidos para llevar a cabo este proyecto fueron ampliados para poder lograr una mejor comunicación y sectorizada para cada uno de los 2 grandes públicos a los que son destinados, los jóvenes y los jóvenes adultos.

Al principio, se partió con un lenguaje 100% vectorial y bastante abstracto. Se buscó ir trabajando más con el uso de tipografías, imágenes pixelares y collage para poder darle una mayor riqueza al sistema gráfico. También con esto se logró ser más específico en el mensaje. Si bien lo retórico y vectorial es memorable y rápido transmisor de un mensaje, a veces lo fotográfico es lo más acertado para conseguir la identificación del público.

En las fotografías de personas, es poco común que su rostro sea reconocible al 100%. Muchas veces se usa collage para alterar partes del rostro, o se aplican filtros de color. La idea no es ver a alguien específico, sino crear humanos con los que los receptores puedan sentirse identificados sin verlos como "otro". Por ejemplo, cuando se muestra el rostro de una señora, no se quiere mostrar un modelo, sino una mujer, para que cada mujer pueda sentirse identificada o que cada persona pueda pensar que podría ser su madre, hermana, amiga, hija, etc. Lo mismo sucede al ver un grupo familiar, el fin no es mostrar un hombre, una mujer y niños, sino, mostrar **FAMILIA**.

Las imágenes suelen estar viradas al color **violeta**, ya que es un color que abunda en este sistema y tiene un significado muy interesante.

VIOLETA

Une las cualidades opuestas. Representa la mezcla de lo masculino con lo femenino (rojo y azul), y de la sensualidad con la espiritualidad. La unión de estos significados contrarios es lo que determina el simbolismo del color violeta y todo lo que representa.



Que lo que digan los otros no afecte tu punto de vista, que el miedo al qué dirán, no calle tus palabras. Que la envidia del resto no frene tus acciones. Cada persona es un mundo y puede proponerse distintas metas. Lo que no se puede permitir es no querer alcanzarlas. Una carrera que se pierde, es una carrera competida, una carrera no corrida, es una carrera perdida.

Piezas

POSTALES

Las postales serán entregadas en el centro cultural, cada vez que haya una charla, taller, conferencia, o cualquier evento realizado por la organización. La idea es que sean un recuerdo y le sirva a quien las recibe, para poder plantearse asuntos tanto sociales como personales de la vida.

En estas postales hay 3 mensajes:

1- Muchas veces es tu propia mente la que no te permite volar.

2- El no encajar no es algo que deba preocupar, tal vez es cuestión de estar intentando estar en el lugar no indicado

3- Tu entorno muchas veces es quien pretende moldearte a su gusto, pero al fin y al cabo, quien quiere cambiarte termina desapareciendo.



Par de postales 1



Par de postales 2



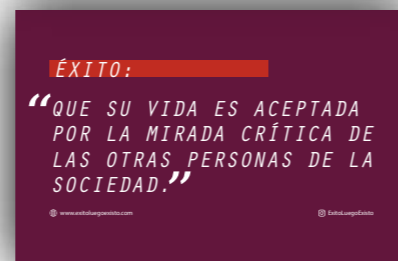
Par de postales 3



POSTALES

Muchas veces es uno mismo quien se pone las trabas que le impide progresar en la vida o ser feliz. Una traba es sinónimo de estancamiento, lo cual impide llevar adelante un proyecto de vida por miedo al fracaso. En estas postales hay 3 mensajes:

- 1- Plantea la ironía del concepto de éxito para muchas personas, el cual es ser aceptado por el resto.
- 2- Los malos pensamientos atraen malos sentimientos. Agachar la cabeza puede terminar siendo una suma de peso a los problemas que se presentan.
- 3- Fomentar la proactividad. Estar paralizado no va a hacer más que impedirte progresar.



Par de postales 1

Par de postales 2



Par de postales 3



AFICHES PARA VER EN SOLEDAD

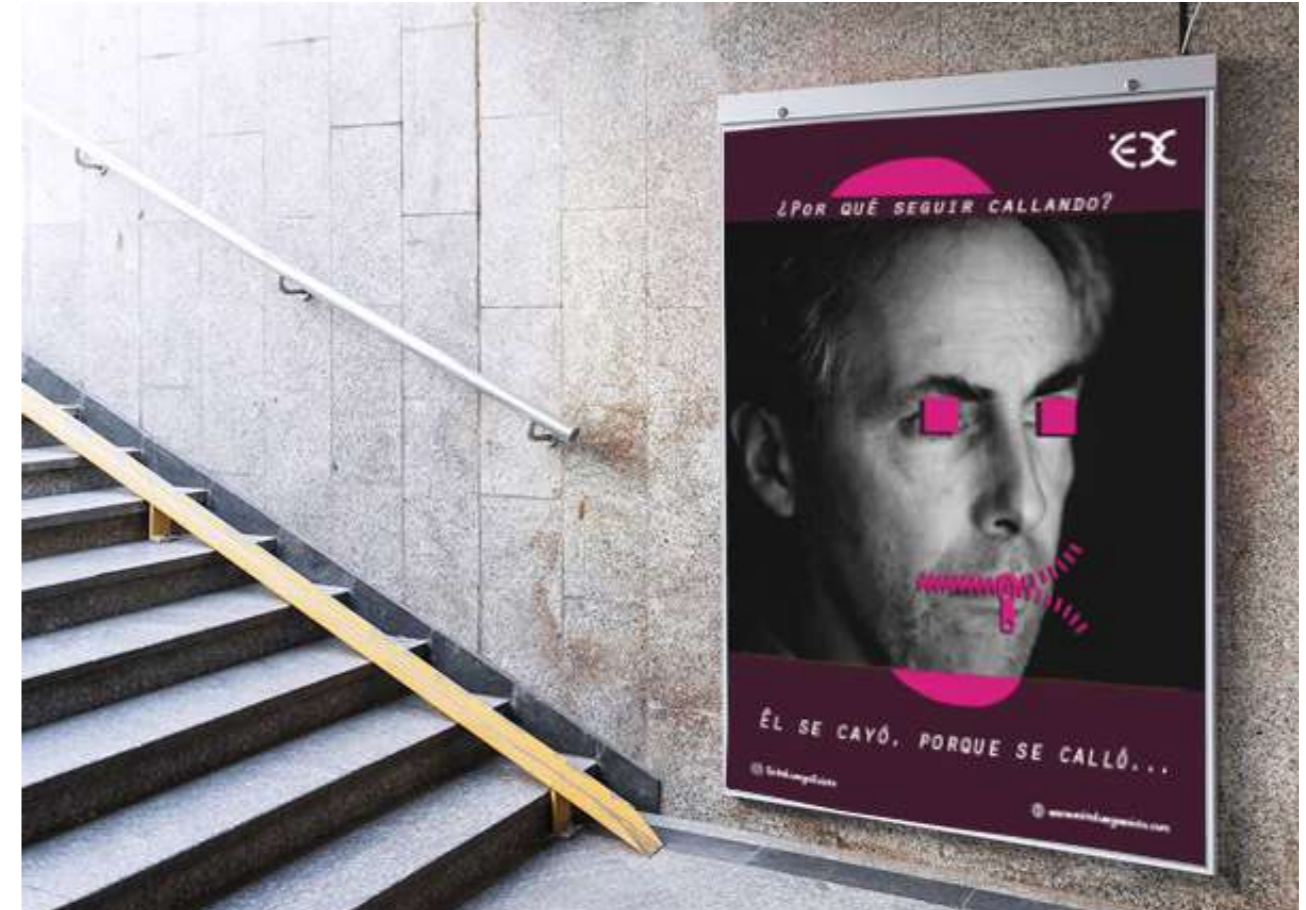
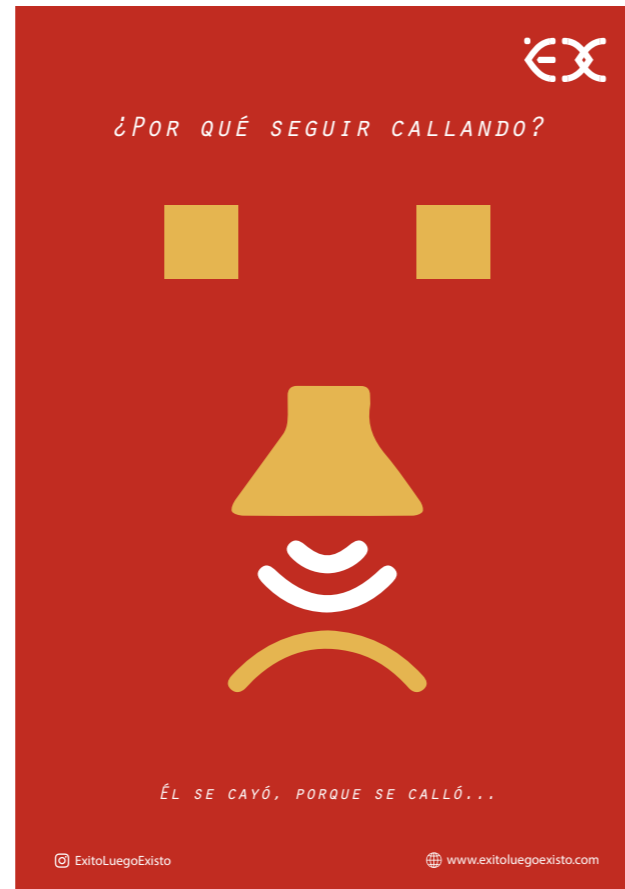
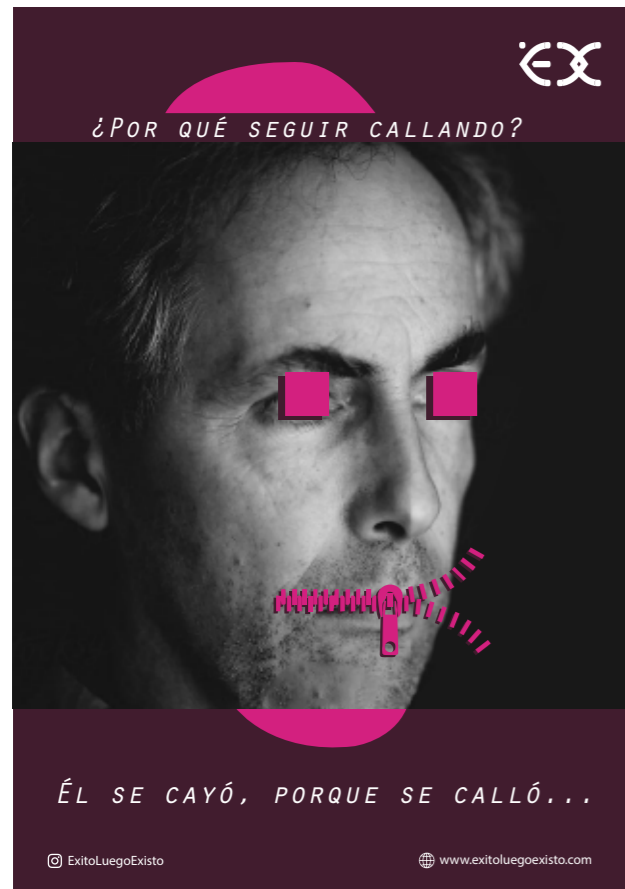
Con los afiches se busca el rápido impacto y que la gente se sienta identificada en aspectos de su vida al verlos.

La propuesta fue lograr 2 afiches con el mismo mensaje, pero diferente lenguaje, para poder ser más efectivo según el público que lo esté interpretando (adultos y jóvenes adultos)

En ambas piezas el mensaje es que el que calla, cae, haciendo un juego de palabras entre **CALLAR** y **CAER**.

ES IMPORTANTE HACERSE ESCUCHAR

re -
t ó -
ri -
ca



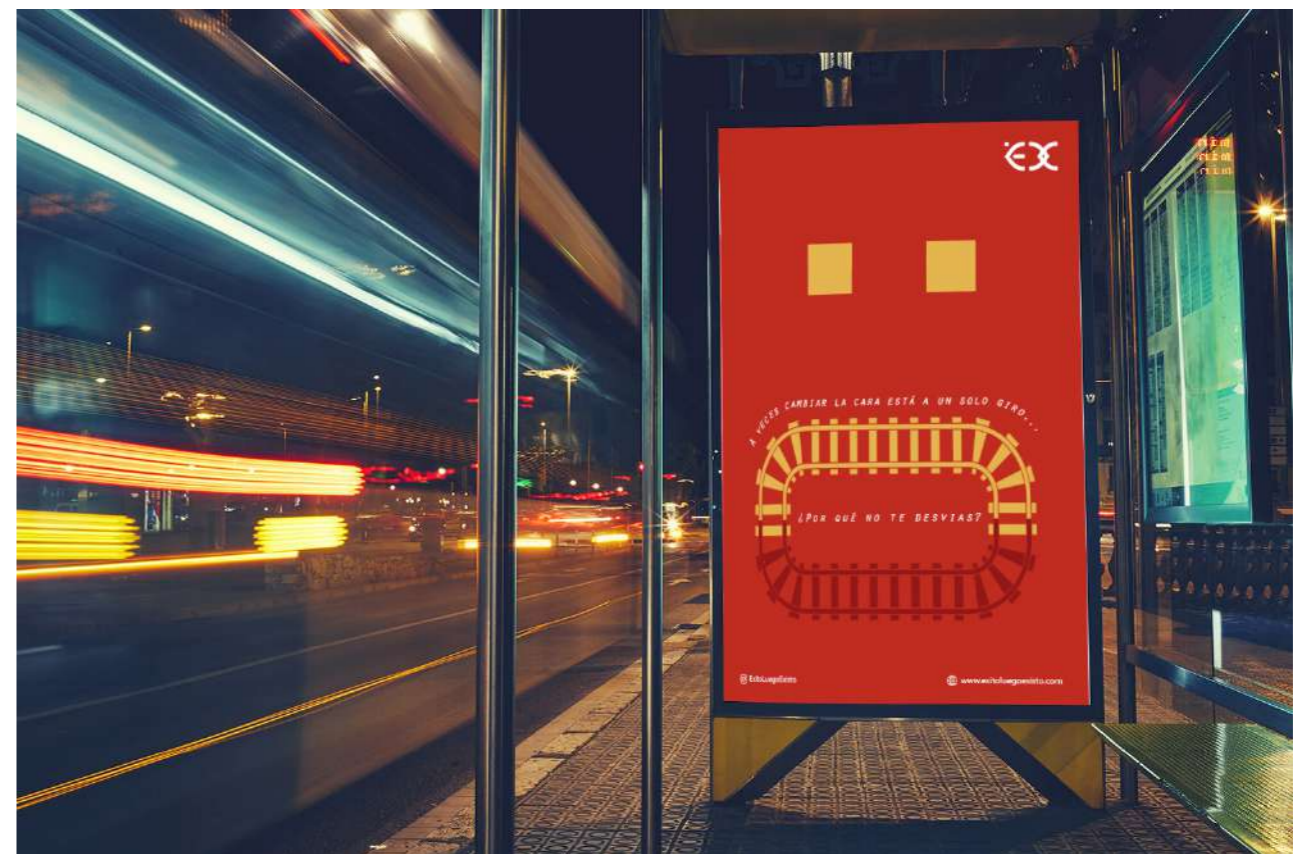
AFICHES PARA VER EN SOLEDAD

Nuevamente se busca el lograr dar el mismo mensaje, con dos lenguajes diferentes.

En este caso, el mensaje es una analogía entre el desvío de los caminos, con el desvío que se produce en una boca al sonreír. Hace referencia a que a veces cambiar de camino puede terminar siendo una buena decisión y llevarnos a la felicidad.

re -
t ó -
ri -
ca

NO DEJES DE AVANZAR



AFICHES PARA VER RODEADO

Afiches que estarán ubicados en estaciones de tren o calles muy transitadas. La idea es que la gente pueda comprender el mensaje de manera rápida y contundente, es por eso que se eligió ubicarlos en subtes o lugares de alta densidad de gente.

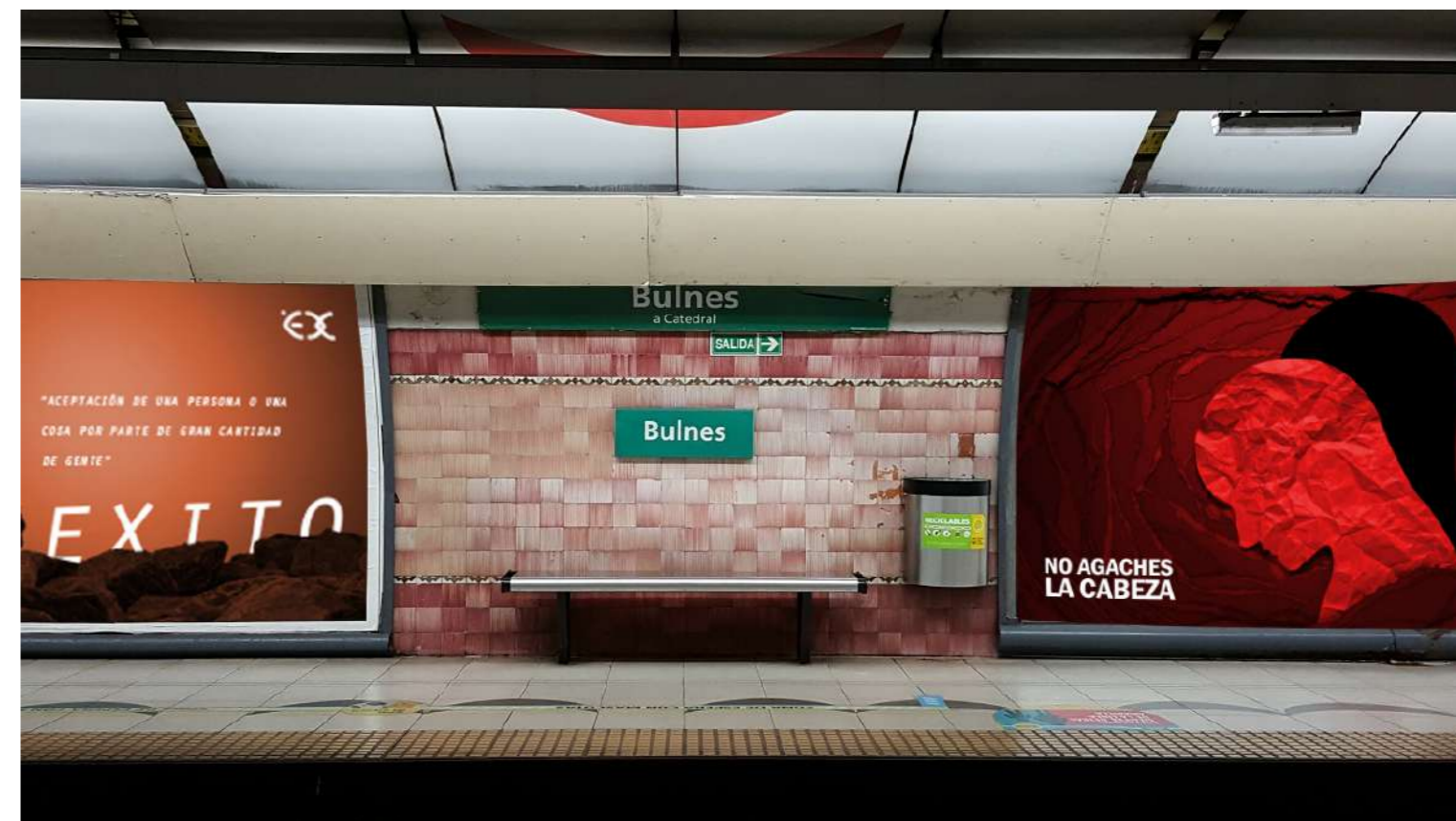
MENSAJE FUERTE Y VELOZ

LEO, SIGO, PIENSO

Afiche ubicado en el Subte B, en la estación de Florida. Mucha gente toma diariamente este subte para llegar al trabajo



Afiche el cual su misión es el darle menos importancia a la opinión del resto, y más a los valores e ideales propios. La gente siempre va a tener algo para criticar, pero quien te critica, es porque está peor que el criticado.



AFICHES PARA IDENTIFICARTE

Afiches que estarán ubicados en estaciones de tren o calles muy transitadas. La función de estos afiches es el de llegar a la gente con trastornos emocionales, adicción a las drogas o que sufre maltrato.

Estos afiches suelen mostrar rostros que resaltan las expresiones de acuerdo a al mal que los esté afectando de los mencionados anteriormente.

DIRECTO A VOS



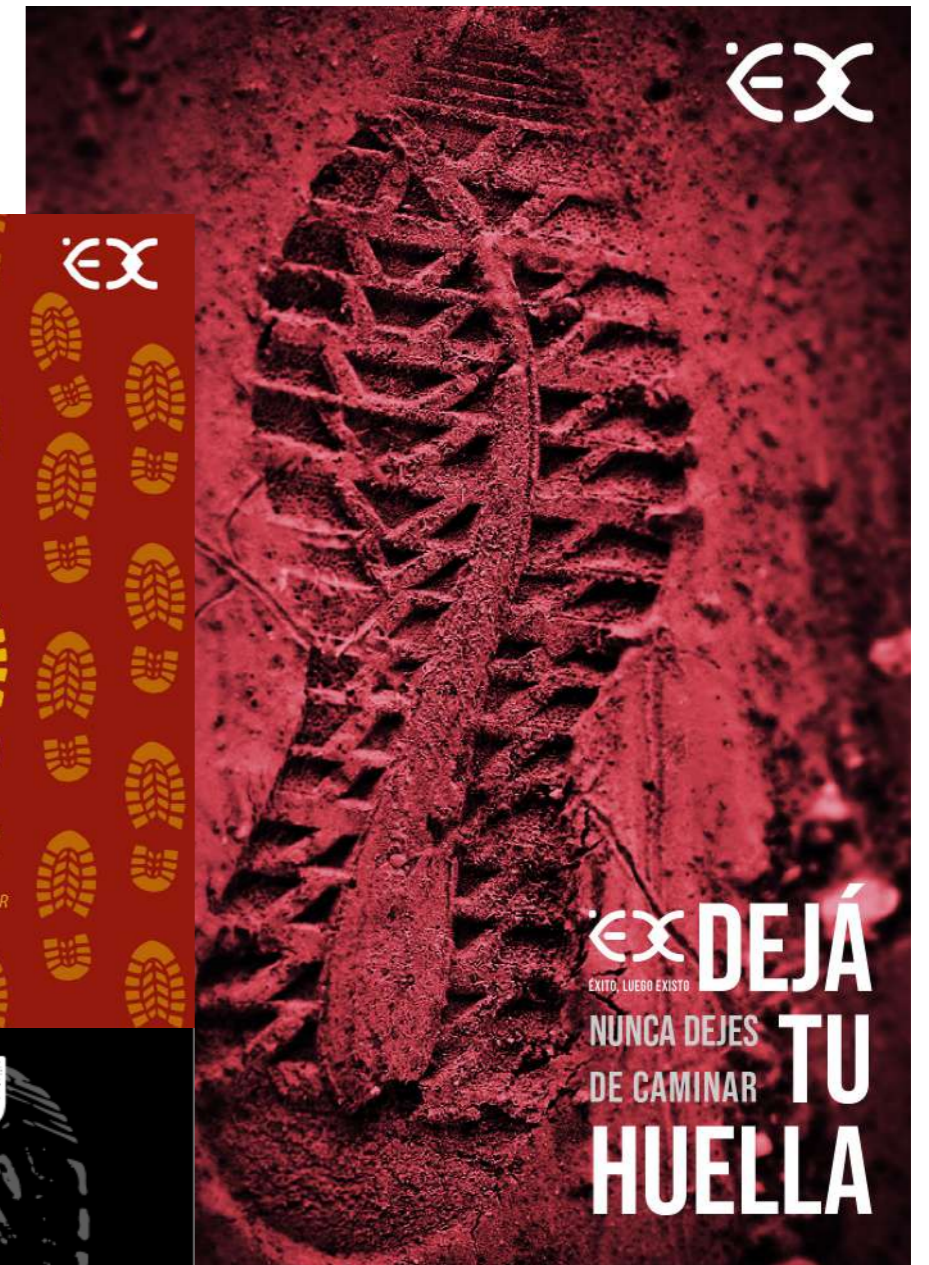
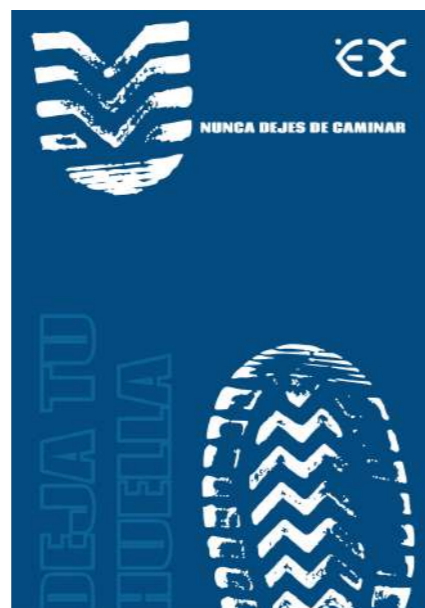
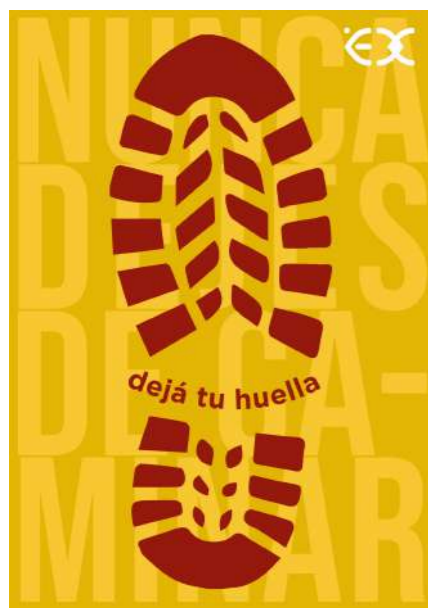
La depresión es una de las causantes del encierro y el miedo al fracaso.



MISMO MENSAJE, PERO NO...

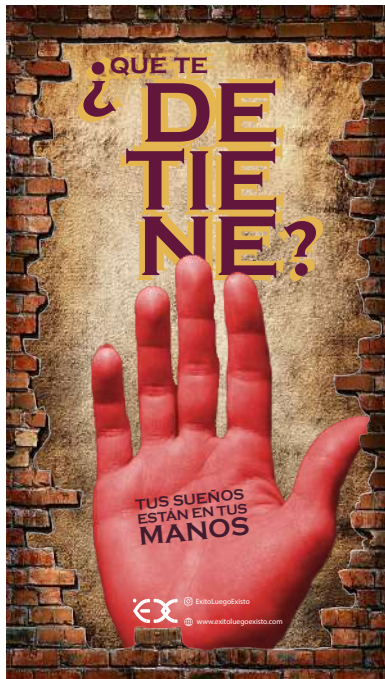
Muchas formas distintas de transmitir un mismo mensaje. Busca hacer énfasis en que a veces queremos decir lo mismo pero lo que nos convierte en únicos es la manera en la que lo hacemos.

S O S Ú N I C O

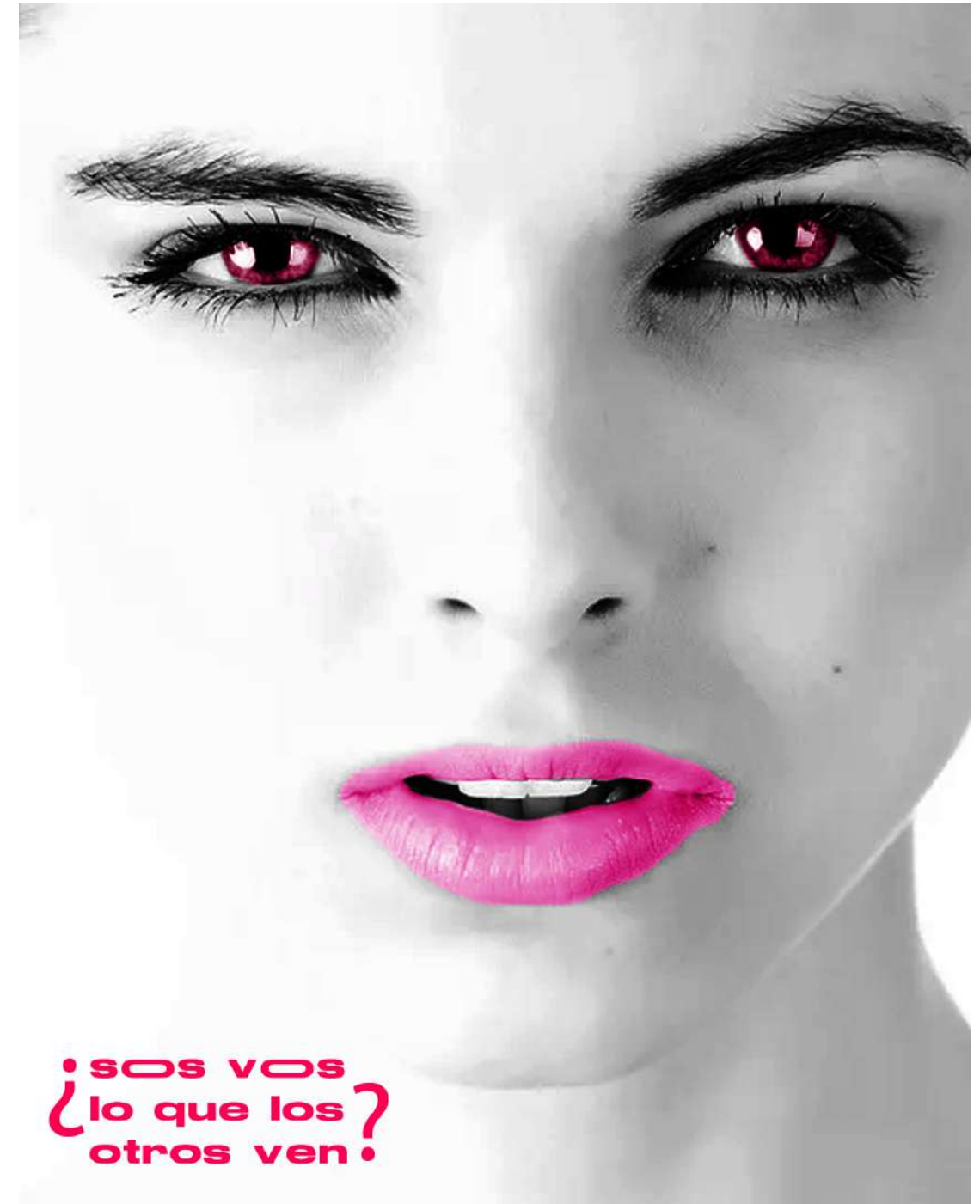


AFICHES OCULTOS

Afiches que estarán ubicados en lugares de poco tránsito o zonas venidas abajo, como paredones o calles sin salida. La idea de estar en lugares recónditos es hacer sentir al receptor que está siendo especialmente dirigido para él.

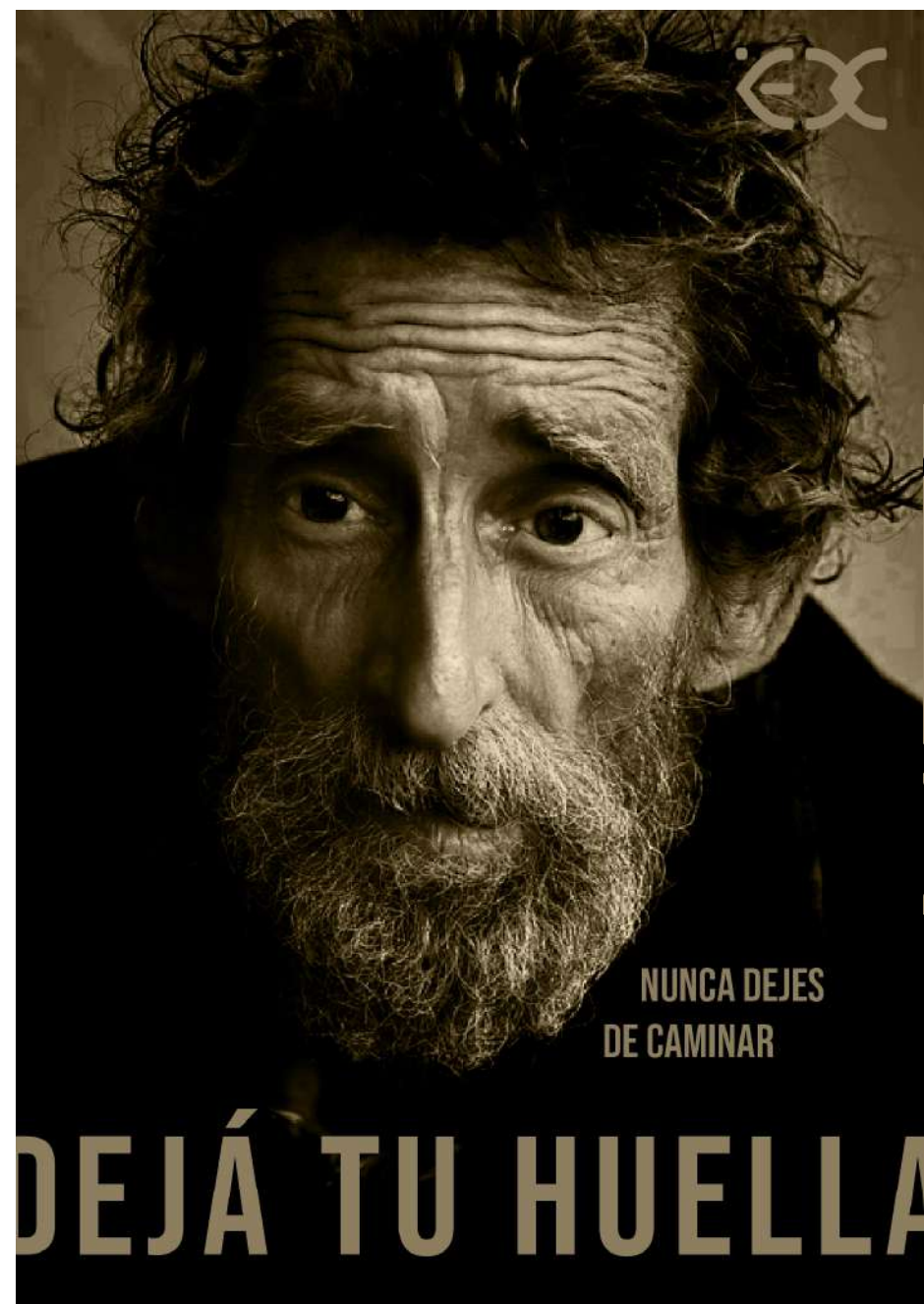


Murales en calles sin salida, donde uno piensa que puede estar solo o que nadie gastaría tiempo en poner un cartel ahí.



PROGRAMAS

Para las charlas que se llevarán a cabo en el Colegio Nacional de Buenos Aires.



DEJÁ TU HUELLA... 20NOV
NUNCA DEJES DE CAMINAR por Gastón Pauls

HISTORIA

Durante 2019 se encargó de viajar por todo el país y dar charlas y talleres en los que se animó a contar todos los problemas que tuvo con las adicciones con el fin de ayudar a los involucrados en el consumo de drogas.

En los años 2003 y 2004 protagonizó un programa llamado Ser Urbano, en el que se adentraba en las historias de vida de los que por la pasión, por la necesidad, por los recursos, con historias de vida muy fuertes, y personas hundidas en adicciones a las drogas, las cuales no tenían plata ni para comer porque la vendían para comprar. Muestra historias de personas que supieron tener una vida común con una familia, casa, trabajo y le perdieron todo, quedándose solos en la calle sin su familia y sin dinero. Algunos lograron encontrar en la calle a su verdadera familia.

En el medio donde trabajo, la cocaína, el consumo de drogas y mentiras está a la orden del día. El que hace negocios necesita que los clientes estén bien puestos. El que consume drogas, al que no lo hace le dice "vender". En realidad, la venta es la droga y la mentira.

"Soy padre, novio, amigo, actor, escritor, guionista pero también adicto en recuperación. Es una enfermedad que no tiene recuperación y tratamiento, pero no tiene cura".

UNA HISTORIA DE VIDA EN LA QUE TODO, FUE NADA...

Programa de charla sobre la drogadicción a cargo de Gastón Pauls

DEJÁ TU HUELLA... 20NOV
NUNCA DEJES DE CAMINAR por Gastón Pauls

HISTORIA

Durante 2019 se encargó de viajar por todo el país y dar charlas y talleres en los que se animó a contar todos los problemas que tuvo con las adicciones con el fin de ayudar a los involucrados en el consumo de drogas.

En los años 2003 y 2004 protagonizó un programa llamado Ser Urbano, en el que se adentraba en las historias de vida de los que por la pasión, por la necesidad, por los recursos, con historias de vida muy fuertes, y personas hundidas en adicciones a las drogas, las cuales no tenían plata ni para comer porque la vendían para comprar. Muestra historias de personas que supieron tener una vida común, con una familia, casa, trabajo y le perdieron todo, quedándose solos en la calle sin su familia y sin dinero. Algunos lograron encontrar en la calle a su verdadera familia.

En el medio donde trabajo, la cocaína, el consumo de drogas y mentiras está a la orden del día. El que hace negocios necesita que los clientes estén bien puestos. El que consume drogas, al que no lo hace le dice "vender". En realidad, la venta es la droga y la mentira.

"Soy padre, novio, amigo, actor, escritor, guionista pero también adicto en recuperación. Es una enfermedad que no tiene recuperación y tratamiento, pero no tiene cura".

UNA HISTORIA DE VIDA EN LA QUE TODO, FUE NADA...

CALVARIO EN PRIMERA PERSONA

Programa de charla sobre la drogadicción a cargo de Gastón Pauls

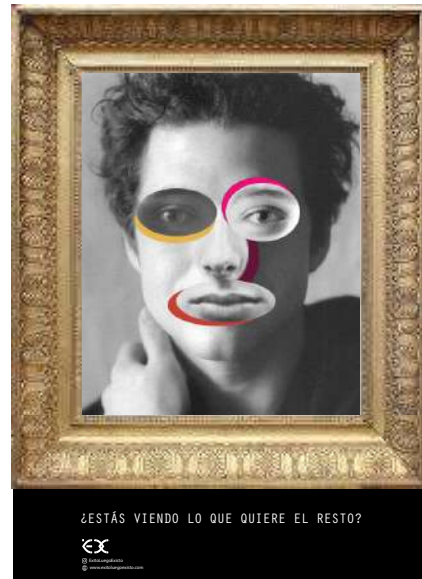


DEJÁ TU HUELLA YA!

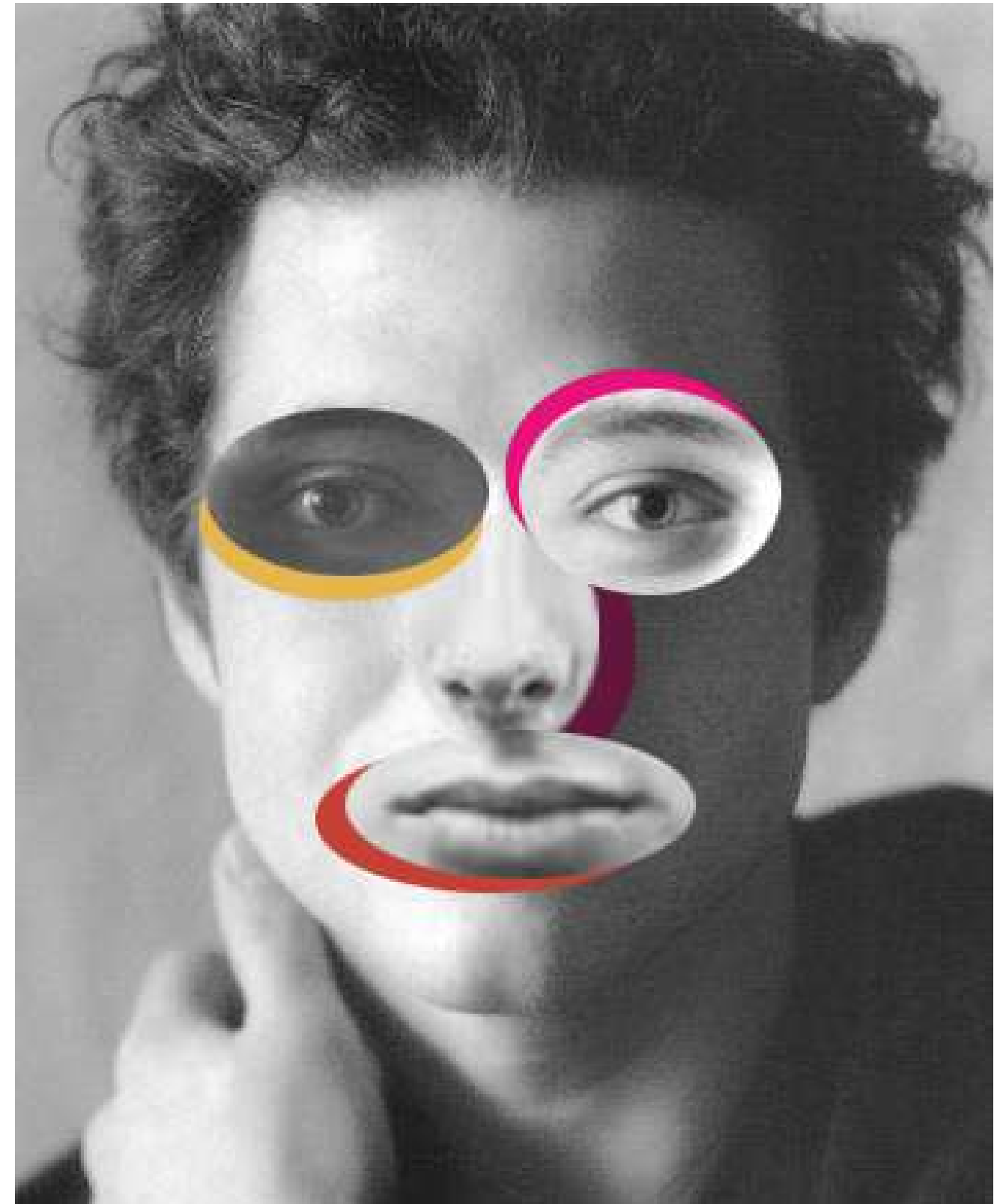
NUNCA DEJES DE CAMINAR

INTERVENCIÓN SUBTE

Es la imitación de un espejo, en el que se puede ver un rostro formado por rasgos de diferentes personas, con un mensaje para reflexionar si somos lo que queremos ser o somos lo que nos dice el resto.



¿Estás viendo lo que el resto quiere?



INTERVENCIÓN SUBTE

Luego de la llegada del Covid19, el mundo sufrió un gran cambio. La idea de esta intervención en el subte es el de recordar que la libertad y el poder juntarse con amigos y gente querida, es un motivo suficiente para ser feliz y valorar lo que uno tiene.

Esta intervención estará presente en época de cuarentena y un tiempo después también, para que lo puedan ver quienes tienen que seguir trabajando y quienes vuelven a salir cuando todo esto termine.

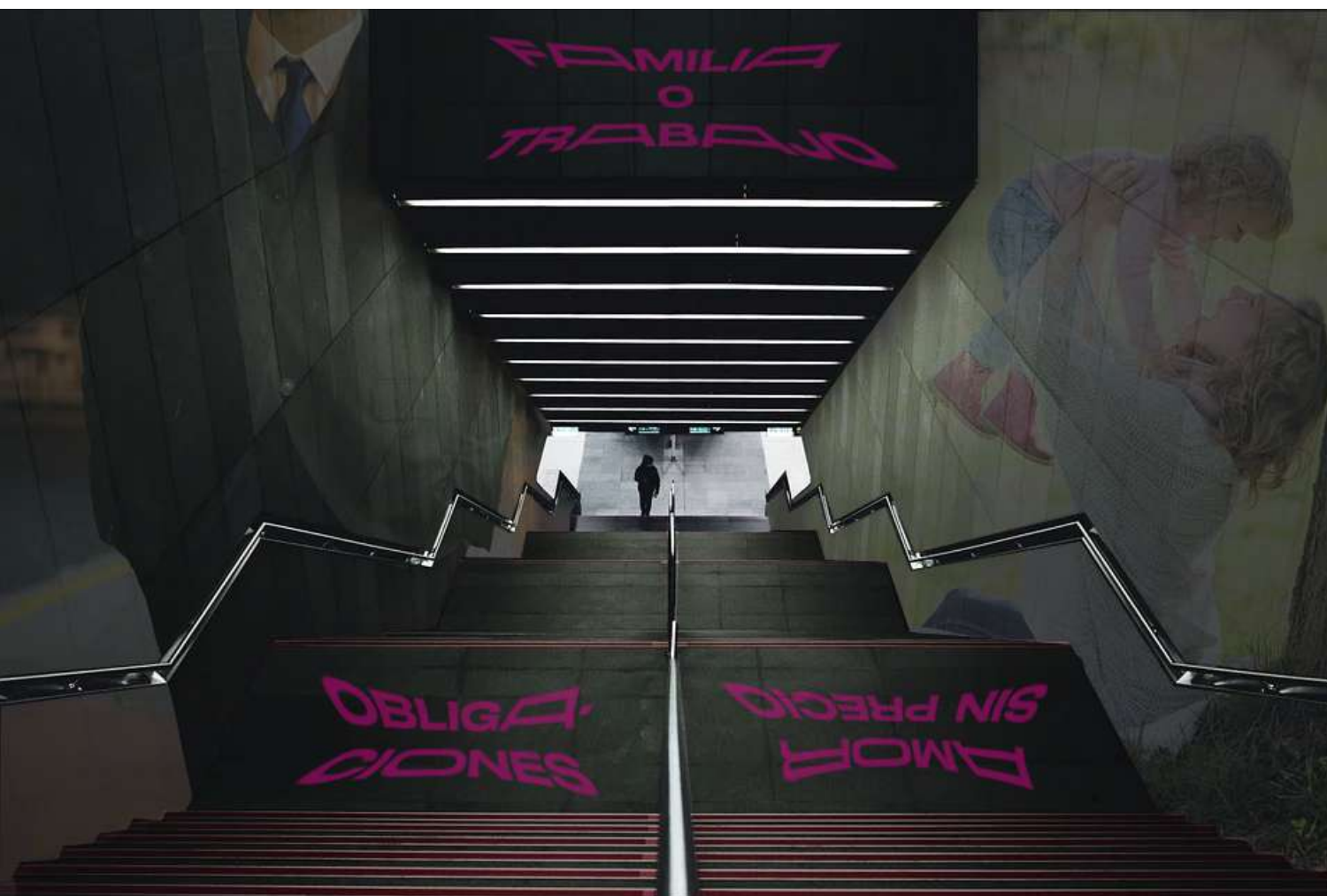
VALORAR LA LIBERTAD



INTERVENCIÓN SUBTE

Las escaleras de la estación de subte y sus paredes estarán intervenidas por un lado con cosas relacionadas al trabajo (obligaciones) y por el otro lado, cosas relacionadas a la familia (amor)

La idea se llevará a cabo en la estación de 9 de Julio, donde en sentido de subida (cuando la gente sale del subte para ir a su trabajo), se vea lo laboral, y cuando se baja (cuando la gente retorna al subte para volver a su casa), se vea lo familiar.



INTERVENCIÓN NACIONAL DE BS AS

Las escaleras y entrada del colegio van a estar intervenidas con murales sobre temas afines a las charlas de Gastón Pauls, Rigoberta Menchú y Nick Vujicic.



INTERVENCIÓN NACIONAL DE BS AS

El exterior del colegio se forrará con un material simil pizarrón, en el cual cada mes le tocará a un curso diferente encargarse de hacer un mural con lo que quieran expresar. La idea es que trabajen en conjunto entre todos para demostrar que todos pueden sacar lo mejor de sí y ser parte de la historia del colegio.



EXPRESARSE



INTERVENCIÓN FADU

La FADU es reconocida por su gran amplitud social en lo que respecta a sus alumnos. Incentiva el intercambio cultural, ya que acuden personas de todas partes del mundo y del país. Al ser clases multitudinarias, hay personas que no consiguen un grupo para sociabilizar, sobre todo en los inicios de las carreras donde los alumnos pueden ser de distintas carreras y compartir sólo una clase por semana.

La misión es ayudar a los jóvenes a tener una salud mental óptima para poder afrontar los desafíos de la vida con otro punto de vista.

por fuera

SONRISAS

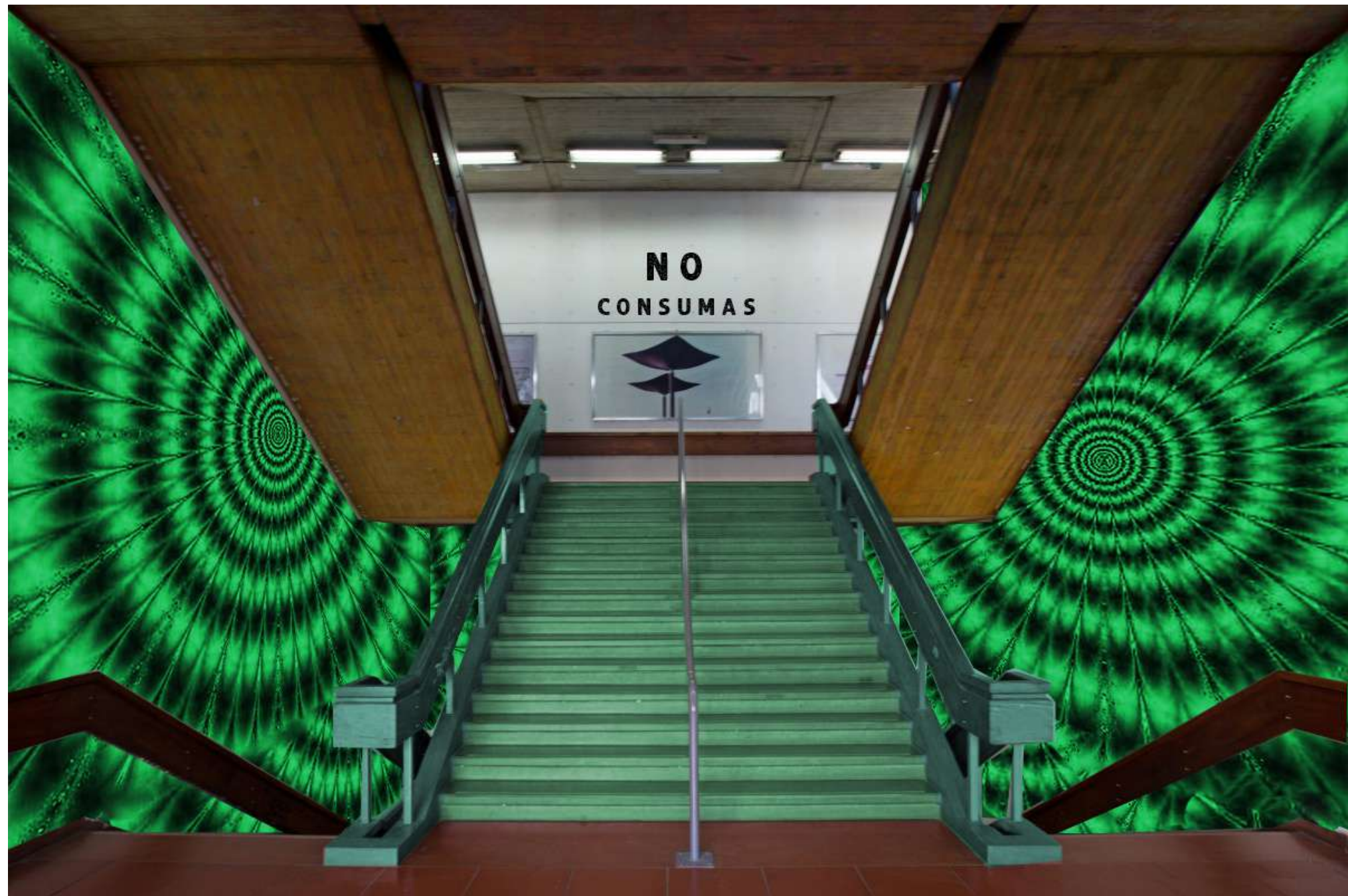
por dentro

INSEGURIDADES



INTERVENCIÓN FADU

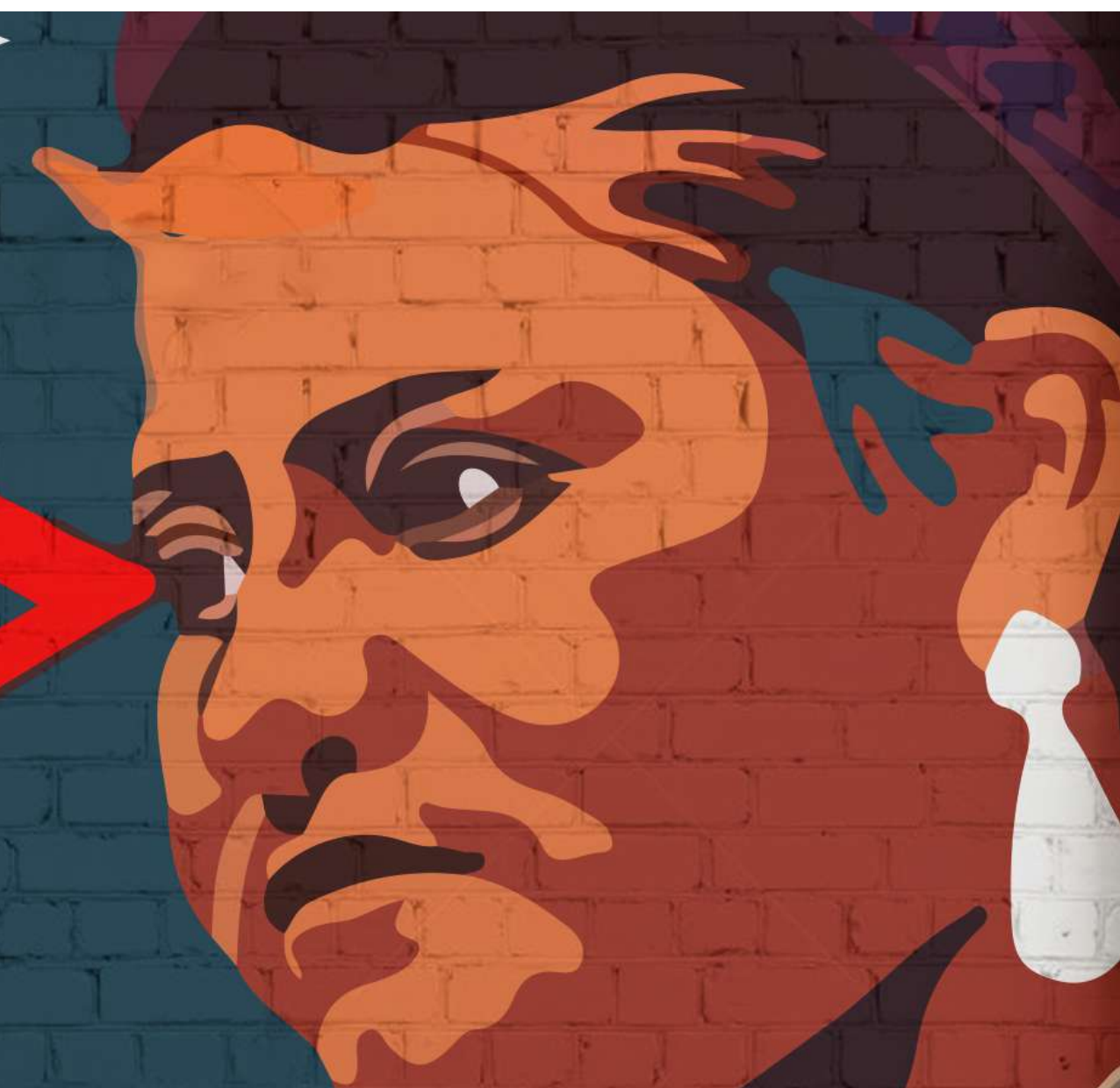
Las escaleras de la FADU, donde muchos jóvenes se toman largos recreos para fumar, charlar con amigos, relajarse o intentar contener la presión de la vida académica, es un lugar perfecto para intervenir con mensajes para guiarlos en el difícil camino de la vida.



¿Qué estudiante de la FADU no pasó innumerables horas comiendo una medialuna del bar en las escaleras, mientras pensaba en largar todo a la m... o recaer en una adicción? Por eso es importante estar ahí y dejar el mensaje. Las drogas no son sanas. Por más de que puedan servir para aliviar dolores espirituales, estos mismos terminan volviendo y con mayor fuerza. Apoyar a los estudiantes en sus momentos difíciles de la carrera es imprescindible para que no tomen el camino incorrecto.

MURAL RIGOBERTA

Mural de Rigoberta Menchú en barrio precario donde la esperanza parece estar perdida, pero no es así. De todo momento o circunstancia mala se puede salir. Sólo es importante tener esperanza, fé y esforzarse.



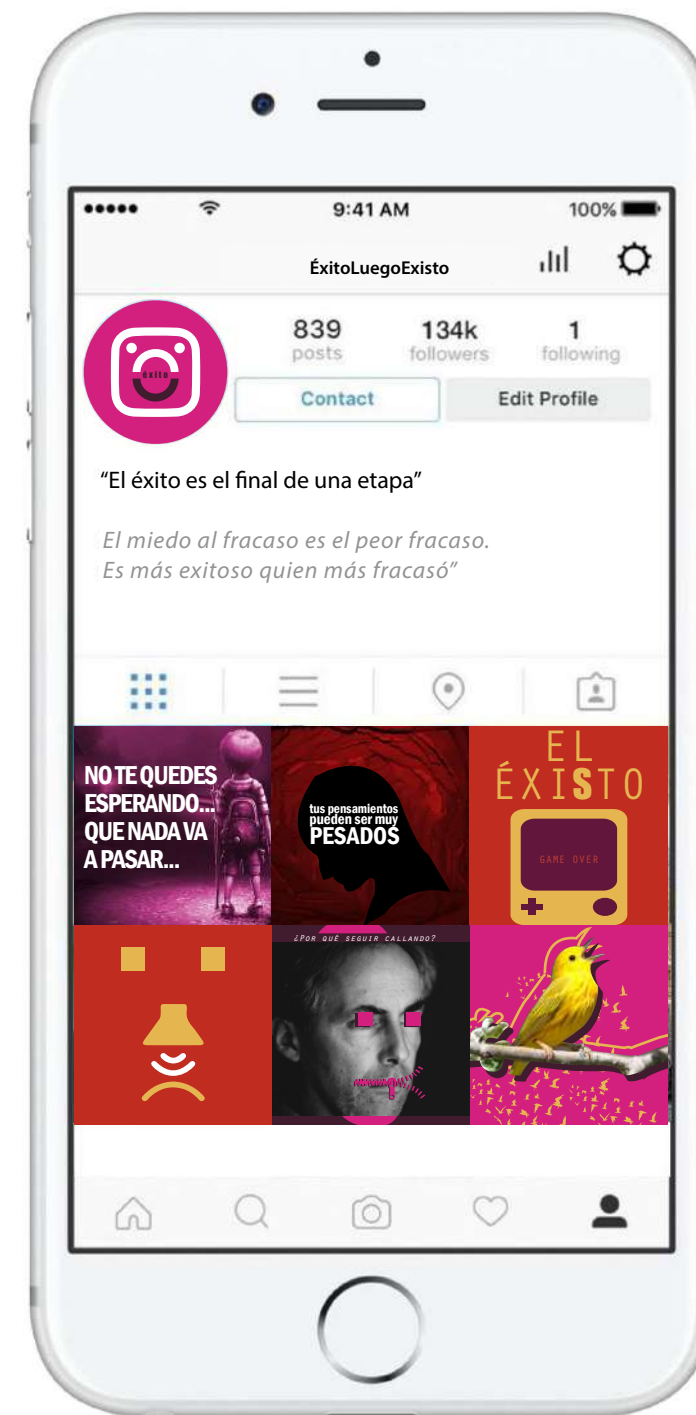
INSTAGRAM

Es muy importante el estar presente en las redes sociales. Es donde más tiempo pasan los jóvenes y jóvenes adultos. Muchas veces las redes están saturadas de una realidad de mentira, en la que todo parece perfecto, felicidad y todos parecen ser exitosos. Esa puede ser la causante de la infelicidad de mucha gente, ya que se vive comparando con la vida perfecta que tienen los otros y eso lo hace sentir inútil.

Es por eso que se crea la cuenta de Instagram de Éxito, luego existo.

Foto de perfil de Instagram:

Es el logo común de Instagram pero descomponiendo la cámara para formar una cara triste



Conclusiones

EL ROL DEL DISEÑADOR

Luego de haber finalizado este proyecto es imprescindible remarcar el crucial trabajo del diseñador gráfico respecto a los temas sociales y como es vínculo clave entre el mensaje y el receptor. Hoy en día vivimos en la **sociedad del consumo** en la que nadie tiene tiempo y todo debe ser captado al instante. Es importante el poder **dejar un mensaje** a quien está vivenciando el diseño. No todos los mensajes tienen que incitar a alguien a comprar o hacer algo, es pertinente lograr que se **detengan unos segundos a pensar** qué quiere decirles el diseñador y sentirse identificado.

La idea de estas piezas es lograr que las personas se **sientan identificadas** y a tocar algo en ellas para así abrir una puerta en ellos y que por su cuenta logren definir si **el mensaje es para ellos**. En un mundo en el que todo parece ser imperativo con mensajes como “Comprá”, “Vení”, “Pedí”, “Aprovechá”, me parece prudente que en temas como lo son la salud emocional, el diseñador tiene que tener un tono más ameno para el receptor no sentirse obligado.

“LOS DISEÑADORES TRADUCIR EL MENSAJE SEGÚN PARA QUIÉN ESTÉ APUNTADO”

TODO COMUNICA TODO EL TIEMPO

Se puede sacar como conclusión que **todo comunica todo el tiempo** por eso la misión del diseñador gráfico es más que hacer algo atractivo o llamativo a la vista. La misión es resolver constantemente y evolucionar a la par que evoluciona la sociedad, ya que los diseños son orientados a ellos.

Para poder diseñar piezas cuyo mensaje sea entendido, es importante **empatizar con el público** y entender sus necesidades. **Un diseño efectivo no es efectivo en todo momento o lugar**, sino que es bueno saber en qué contexto va a ser contemplado, lo cual abarca el entorno social, cultural, económico, etc.

Por esto mismo es que se decide el representar un mismo mensaje de diversas formas dependiendo el público, para lograr esa empatía y sensación de cercanía entre el diseñador y quien interactúe con el diseño.

“UN DISEÑO EFECTIVO NO ES EFECTIVO EN TODO MOMENTO O LUGAR”

Bibliografía

<https://www.who.int/mediacentre/news/releases/pr73/es/#:~:text=3%20de%20octubre%20de%202002,mundo%20pierden%20la%20vida%20violentamente.>

<https://www.unodc.org/unodc/es/frontpage/2019/July/el-homicidio-causa-muchas-ms-muertes-que-los-conflictos-armados--segnuevo-estudio-de-la-unodc.html>

<http://igualdade.xunta.gal/es/content/que-es-la-violencia-de-genero>

<https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>

<https://lamenteesmaravillosa.com/finalmente-que-es-el-exito/>

<https://www.entrepreneur.com/article/268429>

<https://www.planetadelibros.com.ar/autor/ari-paluch/000022794>

<https://www.planetadelibros.com.ar/libro-la-cuenta-progresiva/200199>

<https://www.planetadelibros.com.ar/libro-corriendose-al-interior/137433>

<https://www.planetadelibros.com/libro-60-pildoras-sin-fecha-de-caducidad/48966>

<https://www.planetadelibros.com.ar/libro-el-combustible-espiritual/133396>

<https://www.planetadelibros.com.ar/libro-el-combustible-espiritual-2/133481>

https://cadenaser.com/emisora/2017/08/07/radio_vigo/1502111395_152315.html

<https://www.patagonesdiario.com.ar/noticia/237/el-estado-municipal-adhiere-a-campana-nacional-ni-una-menos.htm>

<https://inta.gob.ar/noticias/campana-ni-una-menos>

<https://www.facebook.com/niunamenoscostarica/posts/2199095976992937/>

<https://www.infocanuelas.com/cultura-y-eventos/la-plaza-se-moviliza-contrala-violencia-de-genero>

<https://mundo.sputniknews.com/america-latina/201607131061912440-argentina-psicologos-salud-mental/#:~:text=En%20Argentina%20hay%2082.776%20psic%C3%B3logos,con%20m%C3%A1s%20analistas%20del%20mundo.>

<https://www.muyinteresante.es/salud/fotos/los-trabajos-con-mas-tasas-de-suicidio>

<https://cnnespanol.cnn.com/2019/09/09/una-persona-se-suicida-cada-40-segundos-segun-la-oms/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Confucio>

https://es.wikipedia.org/wiki/T._Harv_Eker

https://en.wikipedia.org/wiki/David_Brinkley

https://es.wikipedia.org/wiki/Benjamin_Franklin

<https://www.culturamas.es/2014/06/15/la-virtud-de-ilustrar-sin-coaccionar- tao-te-ching-de-lao-tse/>

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mawangdui_LaoTsu_Ms2.JPG

<http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/12449-coca-cola-lanza-nueva-campana-destapa-la-felicidad>

<https://es.wikipedia.org/wiki/COVID-19>

<https://www.yasmaribello.com/influencia-de-las-redes-sociales-en-la-autoestima-de-adolescentes/>

<https://blog.prosegur.es/perfiles-falsos-cuantos-hay/>

<https://www.lasociedadgeografica.com/blog/mitologia-y-religion/introduccion-hinduismo-principales-creencias-y-valores/>

<https://www.lasociedadgeografica.com/blog/mitologia-y-religion/introduccion-al-budismo-principios-basicos/>

<https://www.behance.net/gallery/30248825/Campana-grafica-social-NO-ES-UN-JUEGO>