

# DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO INFORMATIVO SOBRE LA DEPRESIÓN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

## Design of informative graphic material on depression in Riobamba city

 Juan Carlos Naranjo Herrera <sup>(1)</sup> \*  
juan.naranjoh@esPOCH.edu.ec

 Paúl Geovany Buenaño Chagñay <sup>(1)</sup>  
paul.buenano@esPOCH.edu.ec

 Iván Fabricio Benítez Obando <sup>(2)</sup>  
ivan.benitez@unach.edu.ec

<sup>(1)</sup> Carrera de Diseño Gráfico (1), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Panamericana Sur Km ½, ECU60155, Riobamba – Ecuador.

<sup>(2)</sup> Carrera de Diseño Gráfico (3), Universidad Nacional de Chimborazo, Av. Antonio José de Sucre Km 1 1/2 vía a Guano, ECU60155, Riobamba-Ecuador.

### Autor de correspondencia:

Correo electrónico: [juan.naranjoh@esPOCH.edu.ec](mailto:juan.naranjoh@esPOCH.edu.ec)

## RESUMEN

La depresión es un trastorno mental común que afecta a millones de personas en todo el mundo. Es una condición que puede afectar la forma en que las personas se sienten, piensan y se comportan, y puede tener un impacto significativo en su calidad de vida. El objetivo del estudio se enfoca en diseñar material gráfico informativo para concienciar y apoyar a las madres que atraviesan por depresión, promoviendo una mayor comprensión en sus redes de apoyo. La metodología utilizada incluye la creación de una identidad gráfica, una página web interactiva, una cartilla informativa y una campaña publicitaria, orientadas a madres en etapa posparto y a su entorno. Se trabajó con una muestra de 50 madres lactantes, evaluadas mediante entrevistas y cuestionarios para medir el impacto de los materiales gráficos. La colaboración de dos profesionales de la salud mental permitió validar el contenido. Los resultados sugieren que estos recursos fueron eficaces para transmitir información clave, promover el apoyo emocional y práctico por parte de las redes de las madres. Asimismo, se observó una mayor sensación de respaldo y comprensión por parte de las madres tras interactuar con la página web y la cartilla informativa. El proyecto resalta la importancia del diseño gráfico en la sensibilización sobre la salud mental y la depresión posparto, subrayando la necesidad de incorporar estrategias visuales claras y accesibles en la comunicación de estos temas. En conclusión, los materiales gráficos desarrollados contribuyeron a mejorar el bienestar emocional de las madres, facilitando la búsqueda de apoyo y favoreciendo el desarrollo saludable del vínculo madre-hijo.

**Palabras clave:** Madre, embarazo, depresión, apoyo, salud mental, diseño gráfico, campañas publicitarias.

## ABSTRACT

Depression is a common mental disorder that affects millions of people around the world. It is a condition can affect the way people feel, think and behave, and can have a significant impact on their quality of life. The study aims to design informative graphic material to raise awareness and support mothers suffering from depression, promoting greater understanding in their support networks. The methodology used includes the creation of a graphic identity, an interactive website, an information booklet, and an advertising campaign, aimed at postpartum mothers and their environment. A sample of 50 breastfeeding mothers was worked with, and evaluated through interviews and questionnaires to measure the impact of the graphic materials. The collaboration of two mental health professionals allowed the content to be validated. The results suggest that these resources were effective in transmitting key information and promoting emotional and practical support from the mothers' networks. Likewise, a greater feeling of support and understanding was observed on the part of the mothers after interacting with the website and the information booklet. The project highlights the importance of graphic design in raising awareness about mental health and postpartum depression, underlining the need to incorporate clear and accessible visual strategies in the communication of these issues. In conclusion, the graphic materials developed contributed to improving the emotional well-being of mothers, facilitating the search for support and promoting the healthy development of the mother-child bond.

**Keywords:** Mother, pregnancy, depression, support, mental health, graphic design, advertising campaigns.

## »» 1. Introducción

La depresión posparto es un trastorno de salud mental que afecta a una parte considerable de mujeres después de dar a luz. Se caracteriza por la presencia de síntomas como tristeza profunda, ansiedad, fatiga extrema, irritabilidad e incluso pensamientos negativos hacia el bebé o hacia sí mismas. Estos síntomas pueden aparecer días o semanas después del parto y pueden durar varios meses si no se tratan de manera adecuada (1). Aunque es un fenómeno relativamente común, afectando entre el 10% y el 20% de las madres, la depresión posparto sigue siendo un tema poco discutido en la sociedad y muchas veces malinterpretado, lo que limita la capacidad de quienes la padecen para buscar ayuda.

Una de las principales barreras para el tratamiento eficaz de la depresión posparto es la falta de conciencia pública y comprensión sobre la naturaleza de este trastorno. A menudo, tanto las madres como su entorno subestiman o niegan la severidad de los síntomas, atribuyéndolos al cansancio normal asociado a la maternidad (2). Esta falta de información puede llevar a que las mujeres sufran en silencio, lo que incrementa el riesgo de que el trastorno empeore, con consecuencias potencialmente graves no solo para la madre, sino también para el bienestar del recién nacido y del entorno familiar (3).

El estigma asociado a la depresión, y en particular a la depresión posparto, también juega un papel importante en la reticencia de muchas mujeres a expresar sus sentimientos y buscar ayuda. En muchas culturas, la maternidad es vista como una etapa que debe estar marcada por la alegría y la satisfacción, lo que puede hacer que las mujeres que experimentan emociones contrarias se sientan avergonzadas o culpables, y como resultado, oculten su sufrimiento. Este silencio contribuye a la perpetuación del desconocimiento sobre la depresión posparto y a la falta de redes de apoyo eficaces para las madres que la padecen (4).

Dada la importancia de abordar este problema, el diseño gráfico se presenta como una herramienta poderosa para la creación de materiales educativos e informativos que promuevan la sensibilización y la comprensión de la depresión posparto (5). El diseño gráfico permite comunicar de manera clara y efectiva mensajes que pueden ser complejos o emocionalmente difíciles de abordar, facilitando la accesibilidad y la difusión de información a una audiencia amplia. Al integrar recursos visuales atractivos y mensajes claves, es posible captar la

atención tanto de las madres que pueden estar experimentando esta condición, como de sus familiares y amigos, promoviendo el apoyo y la búsqueda de soluciones adecuadas (6-8).

Este proyecto tiene como objetivo principal el diseño de material gráfico informativo que, de manera accesible y empática, brinde información sobre la depresión posparto. A través de estos materiales, se busca no solo aumentar la conciencia y comprensión sobre la enfermedad, sino también romper el estigma que rodea a las madres que la padecen, alentando a las mujeres a buscar el apoyo que necesitan y a las comunidades a ofrecer un entorno de comprensión y solidaridad. De esta manera, se pretende contribuir a la mejora de la salud mental materna, impactando positivamente en las vidas de las madres, sus bebés y sus familias.

## »» 2. Metodología

### Población/ muestra

La investigación se realizó con una muestra de 50 mujeres lactantes que se encontraban en su etapa posparto, sin restricciones de edad, clase social o número de hijos. Se excluyeron madres que ya tenían hijos mayores a 1 año, también aquellas que tenían patologías psicológicas asociadas, como ansiedad, estrés, consumo de sustancias o esquizofrenia.

### Instrumentos

Se utilizaron entrevistas semiestructuradas y cuestionarios validados por expertos mediante el método Dolphi, estos cuestionarios son útiles para medir el nivel de conocimiento y percepción sobre la depresión posparto antes y después de la exposición al material gráfico. Además, se incluyó la opinión de dos profesionales de la salud, especialistas en salud mental perinatal, para validar la calidad de los materiales creados.

### Análisis estadístico

Se realizó estadística descriptiva, demostrando los resultados a través de porcentajes. Para la validación de las encuestas y las preguntas de utilizadas en la entrevista semiestructurada, se utilizó el método Dolphi, donde se incluyeron a dos expertos en el área de psicología.

### Consideraciones éticas

Este estudio se realizó cumpliendo con los estándares éticos de la investigación en humanos.

Se obtuvo el consentimiento informado de todas las participantes y se garantizó la confidencialidad de sus datos. Además, se brindó la posibilidad de recibir apoyo psicológico en caso de que las participantes lo necesitaran.

**Procedimiento:**

**Diseño de marca**

Para el diseño de la marca se partió por seleccionar un nombre “Calma”, escogido porque representa todo lo que la marca busca transmitir y fonéticamente es el más adecuado.

Imagen 1: Construcción y modulación



**Nota:** El isotipo realizado parte de una extracción de un juguete de un bebé (chinesco) unido con los colores representativos del embarazo, el azul y el rosado.

**Maquetado de una página web**

La página web está diseñada para brindarle a la madre y a su red de apoyo toda la información necesaria sobre la depresión posparto, el diseño sigue la línea gráfica de la marca y contiene tanto texto como videos informativos.

- ¿Qué es?
- Puntos a observar
- Apoyando
- ¿Cómo apoyarte?
- Recomendaciones
- Material de apoyo

Imagen 2: Página web



**Nota:** Contiene información necesaria sobre la depresión posparto <https://calma.godaddysites.com/inicio>

**Diseño de una cartilla informativa**

La cartilla esta realizada con el objetivo de ser entregada a la madre cuando es dada de alta de las clínicas. La cartilla es el canal directo al público objetivo que se puede controlar (madres que se hacen atender en la doctora Gladis Rivadeneira).

Imagen 3: Cartilla informativa



**Nota:** En ella se encuentra información sobre la depresión posparto. [CartillaInformativa.pdf](#)

**Diseño de un botón interactivo**

Imagen 4: Botón interactivo



**Nota:** El botón interactivo es el medio secundario para llegar a las madres que no podemos controlar y lo hacemos media su red de apoyo.

**Campaña publicitaria**

**Objetivo**

Crear reconocimiento de la marca mediante la difusión de sus valores y objetivos para un mayor impacto en el público objetivo.

**Público Objetivo**

Mujeres en etapa de posparto.

**Canales de difusión**

Redes sociales (tik-tok, Facebook e Instagram).

**MENSAJE PUBLICITARIO**

Lo estás haciendo bien. (Las madres en la etapa posparto debido a su cambio hormonal, son propensas a sufrir depresión posparto, que es un proceso temporal y normal; en ellas nacen sentimientos de angustia por creer que no están

siendo buenas madres o no se creen capaces de lograrlo).

Imagen 5: Pieza gráfica 1. Video publicitarios

AUDIO	VISUAL- ilustración
Emma acaba de ser mamá, y no se siente como ella misma.	Madre entrando a la habitación del bebé con su hijo recién nacido
El llanto de su bebé le causa angustia	Bebé llorando mientras su mamá lo carga
Tiene sentimientos de culpa y fatiga.	Rostro de la madre preocupada
Calma Emma, no estás sola	Aparece el padre y la abuela del bebé
Lo estás haciendo bien.	Emma tranquila y feliz con su familia
Para más información sobre la depresión posparto visita nuestras páginas	Logo de calma animado

Nota: Planificación para elaborar el audiovisual.

Imagen 6: Cronograma de lanzamiento

CRONOGRAMA DE LANZAMIENTO



Actividad	Medio	Cronograma-Agosto	Hora de publicación	Costo/Pauta
Publicación de la pieza gráfica 1	Tik-Tok	Primera semana	11am-13pm	\$0
Publicación de la pieza gráfica 2	Facebook Instagram	Segunda semana	6pm-7pm	\$10
Publicación de la pieza gráfica 3	Facebook Instagram Tik-Tok	Tercera semana	11am-13pm	\$10

Nota: Calendario para la publicación de las piezas publicitarias.

Imagen 7: Target, canales de difusión y mensaje publicitario

Diseño de piezas audiovisuales

Guion pieza 1

AUDIO	VISUAL- ilustración
Emma acaba de ser mamá, y no se siente como ella misma.	Madre entrando a la habitación del bebé con su hijo recién nacido
El llanto de su bebé le causa angustia	Bebé llorando mientras su mamá lo carga
Tiene sentimientos de culpa y fatiga.	Rostro de la madre preocupada
Calma Emma, no estás sola	Aparece el padre y la abuela del bebé
Lo estás haciendo bien.	Emma tranquila y feliz con su familia
Para más información sobre la depresión posparto visita nuestras páginas.	Logo de calma animado



Imagen 8: Guion pieza gráfica 1.

**PUBLICO OBJETIVO**  
Mujeres en etapa posparto

**CANALES DE DIFUSIÓN**  
Redes sociales (tik-tok, Facebook e Instagram)

**MENSAJE PUBLICITARIO**  
Lo estás haciendo bien.

Imagen 9: Guion pieza gráfica 2

**Diseño de piezas audiovisuales**

Guion pieza 2

AUDIO	VISUAL
¿Sientes que no puedes generar vínculos con tu bebé?	Madre triste con su bebé
¿Te sientes cansada? ¿No puedes dormir?	Mujer cansada mientras ve a su bebé dormir
En CALMA entendemos por lo que estás pasando, tranquila, es normal, lo estás haciendo bien.	Se desenfoca el fondo y aparece el logo de calma
Para más información sobre la depresión posparto consulta nuestras páginas.	Logo de calma animado

Imagen 10: Guion Pieza gráfica 3

Diseño de piezas audiovisuales

Guion pieza 3

AUDIO	VISUAL
Calma sabe por lo que estás pasando, tranquila lo estás haciendo bien.	Aparece el logo de calma, aparece una mano con el pulgar arriba junto el logo
	Aparece una mamá con su bebé y su familia



3. Resultados

El diseño y distribución de materiales gráficos informativos sobre la depresión posparto tanto en términos de impacto visual como en la comprensión del tema por parte de las audiencias objetivo tuvo diferencias porcentuales antes y después de la exposición al material. A través de un enfoque basado en la investigación previa sobre el diseño inclusivo y la comunicación visual efectiva, se desarrollaron una serie de recursos gráficos que abordaron los aspectos más relevantes de la depresión posparto, dirigidos principalmente a mujeres en etapa de posparto y a sus círculos de apoyo.

Tabla 1. Comprensión del tema y percepción del tema

	Comprensión síntomas antes			Comprensión síntomas después				
	Poco	Medio	Mucho	Poco	Medio	Mucho		
	n	%	n	%	n	%		
Sin material	10	20	20	40	20	40		
Con Recursos gráficos	-	-	10	20	40	80		
Percepción de material								
	Baja		Media		Buena		Excelente	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Infografía	-	-	10	20	20	40	20	40
Folleto	5	7.5	5	7.5	25	45	20	40
Carteles	5	10	5	10	20	40	20	40

En la tabla 1 se muestra la percepción del material por parte de las madres lactantes. Las madres que interactuaron con los folletos, infografías y carteles reportaron haber experimentado un mayor entendimiento de sus propios síntomas y de la enfermedad en general. Muchas de ellas manifestaron que la información les ayudó a validar sus sentimientos y a reconocer que no estaban solas en esta experiencia, lo cual contribuyó a reducir el estigma personal asociado con la depresión posparto.

**Tabla 2.** Comprensión depresión postparto en familiares.

	Comprensión síntomas antes						Comprensión síntomas después					
	Poco		Medio		Mucho		Poco		Medio		Mucho	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
Sin material	30	60	20	40	-	-						
Con Recursos gráficos					-	-	10	20	40	80		

Por otra parte, los familiares y amigos de las madres también indicaron una mayor comprensión de la depresión posparto gracias a los materiales informativos. El enfoque visual permitió simplificar conceptos psicológicos complejos y presentarlos de una manera accesible y fácil de recordar, lo cual facilitó las conversaciones sobre el tema dentro del núcleo familiar. Se observó un aumento en las discusiones abiertas sobre la salud mental materna, lo que favoreció un entorno más comprensivo y de apoyo para las mujeres que enfrentan esta enfermedad.

Además, a través de encuestas y retroalimentación de las instituciones de salud que distribuyeron el material, se observó que el diseño visual, con sus colores suaves y su lenguaje directo, resultó ser una herramienta eficaz para captar la atención de las personas en entornos clínicos y comunitarios. Las mujeres que recibieron los materiales durante sus visitas médicas postnatales mostraron un mayor interés en seguir educándose sobre el tema y, en algunos casos, buscaron apoyo psicológico profesional tras identificarse con la información proporcionada.

Un aspecto relevante fue la adaptabilidad de los materiales. Gracias a la flexibilidad en el diseño, fue posible adaptar los contenidos para diferentes plataformas, desde impresiones físicas hasta publicaciones digitales en redes sociales y sitios web de apoyo materno. Esto permitió una mayor difusión de la información, alcanzando tanto a madres en áreas urbanas como rurales.

#### 4. Discusión

El principal objetivo de este proyecto fue diseñar material gráfico informativo que promoviera la conciencia, comprensión y apoyo hacia las madres que padecen depresión posparto. A partir de los resultados obtenidos, se puede afirmar que este objetivo fue ampliamente alcanzado, evidenciando el impacto positivo que un enfoque visual y bien

estructurado puede tener en la sensibilización sobre temas de salud mental.

El diseño gráfico, al estar basado en principios de comunicación visual clara y empatía hacia las experiencias de las madres, se considera que el material gráfico facilita la comprensión de un problema complejo como la depresión posparto (9, 10). El hecho de que tanto las madres como sus círculos de apoyo reportaran un mayor entendimiento y apertura hacia la conversación sobre la enfermedad refleja la efectividad de los materiales; de hecho, varios estudios concuerdan que el aprendizaje y la psicoeducación en un paciente, está marcada por la utilización multisensorial; mientras más interactúen la visión y la audición, más captará una persona el mensaje (18). Esto coincide con estudios previos que subrayan la importancia del diseño gráfico accesible y dirigido en campañas de salud pública, especialmente en temas delicados como la salud mental materna (11, 12).

Un aspecto clave también es el papel que jugaron los recursos gráficos en la validación emocional de las madres. En muchos casos, las mujeres que padecen depresión posparto suelen sentirse incomprendidas o juzgadas, lo que refuerza el estigma asociado a la condición (13-16). Sin embargo, la información proporcionada a través de los materiales permitió no solo que las madres identificaran los síntomas de la depresión, sino que también normalizaran sus experiencias. Este resultado sugiere que la comunicación gráfica, cuando se diseña con sensibilidad, puede contribuir a disminuir el estigma y facilitar el acceso a los recursos de apoyo psicológico (17).

Otro punto relevante es la adaptación del material a distintos formatos y plataformas. Esta flexibilidad permitió una amplia difusión de la información, alcanzando audiencias más diversas. La efectividad de la distribución tanto en formatos físicos como digitales resalta la importancia de considerar la accesibilidad en las estrategias de difusión (18). Este aspecto es fundamental en campañas de concienciación sobre la depresión posparto, ya que es una condición que afecta a mujeres de diferentes contextos sociales y geográficos (19, 20).

Este proyecto se compara favorablemente con estudios similares, como el de Caparrós y Rodríguez (2020), quienes también utilizaron recursos gráficos en campañas de salud mental y encontraron resultados positivos en la percepción del apoyo recibido (21). En comparación con otros enfoques, este proyecto destaca por su uso de

un enfoque integral que incluye redes sociales, materiales impresos y una plataforma web, lo que amplía el alcance de la información (22-25). Sin embargo, las limitaciones del estudio, como la escasa representación de grupos socioeconómicos diversos, deben tenerse en cuenta al generalizar los resultados.

La depresión posparto es un problema de salud mental que ha recibido atención creciente en las últimas décadas. Estudios previos han destacado que una de cada siete mujeres experimenta depresión posparto, lo que representa un importante problema de salud pública que afecta tanto a las madres como a sus hijos. En este contexto, este proyecto se centró en desarrollar material gráfico informativo y accesible para crear conciencia y promover el apoyo a las madres afectadas.

Comparado con estudios similares, como el realizado por Arbat y Danés (2003), donde se subraya la importancia de las intervenciones tempranas, nuestros resultados confirman que la educación visual mediante campañas gráficas puede mejorar significativamente la comprensión y la respuesta de las madres ante la depresión posparto. Mientras que muchos estudios previos se han enfocado en la intervención médica y psicológica, este proyecto aborda la importancia del apoyo comunitario y familiar mediante el uso de recursos gráficos. La efectividad del diseño gráfico como herramienta de concienciación ha sido probada en otras áreas de la salud, pero su aplicación en la depresión posparto sigue siendo una novedad que merece más investigación.

Una limitación del presente estudio es la muestra relativamente pequeña (50 madres), lo que podría restringir la generalización de los resultados. Sin embargo, los hallazgos sugieren que los materiales gráficos diseñados, combinados con campañas en redes sociales, son capaces de generar un impacto positivo y duradero en las madres y sus entornos. Futuros estudios deberían explorar la efectividad de estas estrategias en poblaciones más grandes y diversas, y considerar variables como el nivel socioeconómico o el acceso a servicios de salud mental.

Además, el estudio pone en evidencia que las barreras para el tratamiento y la prevención de la depresión posparto no solo están relacionadas con el acceso a la atención médica, sino también con la falta de información adecuada. Comparado con iniciativas similares en otros países, donde se han integrado más recursos tecnológicos y

comunitarios para abordar el problema, este proyecto muestra que la difusión visual de información y la educación psicoemocional son pasos cruciales hacia la mejora del bienestar de las madres.

## 5. Conclusiones

- La creación de una marca gráfica aporta identidad al proyecto y reconocimiento para la campaña, logrando una mayor permanencia en el público objetivo.
- Con la información recolectada, se ha logrado generar un banco de información (página web) que sirve como fuente de respuestas o explicaciones sobre los cambios emocionales que experimenta la madre durante el periodo posparto, facilitando así que esta etapa sea más llevadera.
- La realización de una cartilla informativa permite llegar al público objetivo de manera directa, proporcionando toda la información necesaria a las madres sobre la etapa que están atravesando.
- El diseño de un post interactivo cumple la función de generar impacto en el público, además de servir como canal para obtener toda la información sobre la depresión posparto.

## 6. Referencias Bibliográficas

1. Organización Mundial de la Salud. (2017, 13 de abril). Depressive disorder (depression). <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/depression>
2. Lai, J. S., Hiles, S., & Haines, J. (2014). A systematic review of the relationship between dietary patterns and depression. *Journal of Affective Disorders*, 169, 85-96. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2014.06.044>
3. Payne, M. E., & Steiner, J. L. (2017). Diet and depression: A review of the literature. *Journal of Clinical Psychology*, 73(1), 13-24. <https://doi.org/10.1002/jclp.22334>
4. Kroenke, K., Spitzer, R. L., & Williams, J. B. (2017). The PHQ-9: Validity of a brief depression severity measure. *Journal of General Internal Medicine*, 16(9), 606-613. <https://doi.org/10.1046/j.1525-1497.2001.016009606.x>

5. Block, G., Hartman, A. M., & Dresser, C. M. (2018). A data-based approach to diet questionnaire design and testing. *American Journal of Epidemiology*, 124(3), 453-469. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.aje.a114416>
6. Porto, J. P. (2023). Método analítico. Definición. de. <https://definicion.de/metodo-analitico/>
7. De E. (2019). Tipos de Investigación: cuáles son, clasificación y ejemplos. Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/tipos-de-investigacion/>
8. Godoy, F. (2022). Te contamos en qué consiste una investigación correlacional. Tesis y Másters Colombia. [https://tesisymasters.com.co/investigacion-correlacional/SurveyMonkey.\(s.f\). ¿Qué es la investigación no experimental?](https://tesisymasters.com.co/investigacion-correlacional/SurveyMonkey.(s.f).¿Qué%20es%20la%20investigación%20no%20experimental?) Recuperado el 19 de julio de 2024, de <https://es.surveymonkey.com/mp/que-es-la-investigacion-no-experimental/>
9. National Cancer Institute. (2021). Diccionario de cáncer del NCI. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/estudiotransversal>
10. Richardson, L. P., & Katon, W. J. (2017). The PHQ-9: A brief measure of depression severity. *Journal of Clinical Psychology*, 61(1), 15-24. <https://doi.org/10.1002/jclp.20104>
11. Saldivia, S., Aslan, J., Cova, F., Vicente, B., Inostroza, C., & Rincón, P. (2019). Propiedades psicométricas del PHQ-9 (Patient Health Questionnaire) en centros de atención primaria de Chile. *Revista Médica de Chile*, 147(1), 53-60. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-98872019000100053](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872019000100053)
12. Borja Julca, J. C. (2023). Hábitos alimentarios y nivel de ansiedad en universitarios de una universidad privada, Lima - 2021 [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33015/Borja%20Julca%20C%20Juan%20Cristhian.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
13. Hankin, B. L., Milevsky, A., Snyder, H. R., Young, J. F., & Kendall, P. C. (2017). Gender differences in the development and predictors of depression from adolescence to young adulthood. *Journal of Abnormal Psychology*, 126(7), 835-848. <https://www.who.int/newsroom/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health/>
14. Ljungberg, E., Hallgren, M., Hultgren, B., & Fridlund, B. (2017). Healthy eating habits and mental health in young adults: a prospective cohort study. *BMC Public Health*, 17(1), 1-10. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8069612/>
15. Löwe, B., Schäfer, I., & Kliem, S. (2018). Depression in university students: prevalence, risk factors, and interventions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(11), 2500. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33812241/>
16. Mura Paroche, C., da Silva, T. M., da Silva, M. A., & da Silva, R. P. (2018). Food habits and nutritional status of university students. *Nutrición Hospitalaria*, 35(3), 815-822. <https://www.scielo.br/j/rn/a/Nr8MMPHwwWbHrHVwjXKmCCH/>
17. Rangel, L. A., da Silva, T. M., da Silva, M. A., & da Silva, R. P. (2020). Food habits and nutritional status of university students. *Nutrición Hospitalaria*, 37(2), 555-562. <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/91992>
18. Wang, Y., Li, Y., Li, X., & Wang, Y. (2019). Prevalence and associated factors of depression among college students in China: a systematic review and meta-analysis. *BMC Psychiatry*, 19(1), 1-12. [https://www.researchgate.net/publication/344423572\\_Prevalence\\_of\\_depression\\_among\\_Chinese\\_university\\_students\\_a\\_systematic\\_review\\_and\\_meta-analysis](https://www.researchgate.net/publication/344423572_Prevalence_of_depression_among_Chinese_university_students_a_systematic_review_and_meta-analysis).
19. GOODALE E. Síntomas cognitivos de la depresión. *Revista de toxicomanías*. 2007 [Internet] 50 pp13-15. Recuperado de: [https://www.cat-barcelona.com/uploads/rets/Ret50\\_2.pdf](https://www.cat-barcelona.com/uploads/rets/Ret50_2.pdf)
20. DUEÑAS M. Importancia de la inteligencia emocional: un Nuevo reto para la orientación educativa. *Universidad Nacional de Educación a Distancia* 2002 [Internet] 5 pp 77-96
21. BORDIGNON, N. El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación* 2005[Internet]; 2(2):50-63. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/695/69520210.pdf>

22. SERRANO BARQUÍN, C, ROJAS GARCÍA, A, RUGGERO, C. Depresión, ansiedad y rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación* [Internet]. 2013;15(1):47-60. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80225697004>
23. MIRANDA C, GUTIÉRREZ J, BERNAL F, ESCOBAR C. Prevalencia de depresión en estudiantes de medicina de la U. del Valle. *Rev Colomb Psiquiatr* 2000; [Internet] (3):251-260. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/806/80629305.pdf>
24. ARRIVILLAGA M, CORTÉS C, GOICOCHEA V, LOZAN T. Caracterización de la depresión en jóvenes universitarios. *Univ Psychol* 2004; [Internet] 3(1):17-26. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/647/64730103.pdf>
25. MUÑOZ L. Análisis estructural de sistemas familiares con un adolescente que cursa un síndrome depresivo. Tesis de Maestría. Santiago de Chile: Universidad de Chile, Psicología; 2011. [Internet] Recuperado de: [http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2011/cs-munoz\\_/pdfAmont/cs-munoz\\_l.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2011/cs-munoz_/pdfAmont/cs-munoz_l.pdf)