



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA EL DIF A FAVOR DE LA ADOPCIÓN DE NIÑOS EN EL DISTRITO FEDERAL DURANTE EL 2009-2010”

PROYECTO DE TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
ESPECIALIDAD PUBLICIDAD

PRESENTA

Martínez Torres Martha Piedad

DIRECTOR DE TESINA

Mabarak Celis Adela





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

Agradezco a toda mi familia, en especial a mis papás Martha, Luis y a mi hermana Yoselin, por todo el apoyo y educación que me han dado durante tantos años para poder concluir mis estudios y poder ser una persona que se vale por sí misma; sin ellos no sería, ni hubiera logrado todo lo que tengo.

Gracias a todas las personas que trabajan conmigo en FOTOsmile, pero en especial a Miriam, David, Ubaldo y Ricardo por todo el apoyo y el conocimiento que comparten conmigo día a día para poder y saber ser una profesionista al igual que ellos. Gracias por su amistad.

Esther, Armando, Claudia y Eli son las personas con las que durante toda la carrera universitaria compartí muchas experiencias y conocimientos, aprendimos juntos y ahora somos muy buenos amigos. A ellos también les agradezco su apoyo.

A las profesoras María Luisa Castro Sariñana, Nedelia Antiga, Adela Mabarak, Edan Becerril y Verónica Servín les agradezco su apoyo y correcciones durante el proceso de revisión de tesis para sacar lo mejor posible mi trabajo de cierre universitario.

La dedicatoria especial del presente trabajo se la hago a mis abuelitos Leonor y Ángel porque ellos nunca me han abandonado; siempre han estado en todo momento conmigo, me escuchan cuando lo necesito, me dan su protección y bendición en todo momento.

Gracias Universidad Nacional Autónoma de México.

ÍNDICE

Introducción

CAPÍTULO I LA IMPORTANCIA DE LAS CAMPAÑAS SOCIALES DENTRO DE LA SOCIEDAD MEXICANA.....7

- 1.1.** La influencia y reflejo de las campañas sociales en la sociedad mexicana.....10
- 1.2.** La percepción.....14
- 1.3.** La importancia de la persuasión.....16
- 1.4.** La importancia de los aspectos psicosociales.....18
- 1.5.** La importancia de los aspectos psicoculturales.....21

CAPÍTULO II SITUACIÓN ACTUAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA ADOPCIÓN DE NIÑOS EN EL DIF DENTRO DEL DISTRITO FEDERAL.....25

- 2.1.** El DIF.....27
- 2.2.** Papel que desempeña el DIF como Institución Social.....30
- 2.3.** La adopción.....33
- 2.4.** Problemática para adoptar a un niño en el DIF en el Distrito Federal.....39

CAPÍTULO III “PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA EL DIF A FAVOR DE LA ADOPCIÓN DE NIÑOS EN EL DISTRITO FEDERAL DURANTE EL 2009-2010.”.....44

- 3.1.** Brief.....46

3.1.2.	Brief Creativo de la campaña.....	46
3.2.	Concepto creativo.....	52
3.3.	Investigación de mercado.....	53
3.3.1.	Encuesta (Modelo de encuesta).....	55
3.3.2.	Resultados.....	59
3.3.3.	Análisis de las encuestas.....	70
3.4.	Racional Creativo.....	72
3.5.	Estrategia de medios.....	79
3.6.	Presupuesto.....	88

Conclusiones

Anexos

Fuentes de Consulta

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación es una propuesta de campaña social a favor de la adopción de niños para el DIF en el Distrito Federal, con el fin de proponer y generar una nueva cultura de adopción de niños dentro de la sociedad mexicana, ya que es indispensable que desde jóvenes tomemos conciencia de la situación actual de nuestro país con respecto a la sobrepoblación, situación económica, la disociación de familia (que como consecuencia se refleja en niños que después son abandonados) y sobre todo, en el futuro que viene con todo el contexto anterior.

Consta de tres capítulos que brevemente puntualizo en los siguientes párrafos:

CAPÍTULO I La importancia de las campañas sociales dentro de la sociedad mexicana. A lo largo del desarrollo de este apartado se explica el cómo la sociedad mexicana ha adaptado a su vida personal y cotidiana los mensajes que las campañas sociales les dan a conocer día a día. Se examina el rol que cumplen estas campañas dentro de nuestra sociedad y se analizan los resultados que se están consiguiendo con ellas (acción-reacción). Se revisan algunos conceptos enfocados al marketing social para poder entender los motivos del por qué aparecieron las campañas sociales y cuál es su fin.

Se desglosan los pasos principales para poder tomar una decisión y ejecutar una campaña social, para así poder descubrir el tamaño de la problemática social y sobre todo, del impacto que podría tener en el público objetivo.

Uso conceptos claves como **cambio, reestructuración, actitud, percepción** (Teoría de la Gestalt), **persuasión**, etc., ya que son de gran importancia para poder analizar el comportamiento de la gente al ser expuestos a las campañas sociales. Éstos son la base y el soporte del éxito de los mensajes.

Presento dos subcapítulos donde se analiza específicamente a la sociedad (**La importancia de los aspectos psicosociales y la importancia de los aspectos psicoculturales**). El primero se enfoca más a la forma de ser de las personas que viven en el Distrito Federal, se observa cómo se comportan dentro de la sociedad, estableciéndose una relación social-personal y viceversa. En el segundo, se analiza la

cultura mexicana actual relacionada con la forma de pensar y ser de las personas; ya que éstos son factores importantes para la toma de decisiones de cada uno de nosotros y en este caso, se estudia la toma de decisiones para la adopción de niños; tomando en cuenta lo anterior ya que es de gran importancia para saber cómo crear y dirigir la campaña social que se propone aquí.

En el **CAPÍTULO II** denominado **Situación actual sobre la problemática de la Adopción de niños en el DIF dentro del Distrito Federal**, se explica a grandes rasgos las distintas problemáticas que existieron y que siguen existiendo hoy en día para poder adoptar a un niño.

Muestro todo lo relacionado con la Institución **DIF**, toda su historia, desde sus inicios y cómo con el tiempo se ha ido modificando de acuerdo a los gobiernos en curso. Se analizan las posturas que el DIF ha tenido según el gobierno en curso.

Por otra parte, se visualiza el porqué muchos niños son mandados a las ONG's y el DIF prefiere deslindarse de ellos; como es el caso de la Casa de las Mercedes (ONG) que acepta niñas que el DIF de Morelos le manda.

Se presenta un subcapítulo sobre **la adopción**, donde se explica el significado de la adopción desde distintas perspectivas (cultural, psicológica y social); es uno de los conceptos centrales y el hilo conductor de la campaña social que manejo en esta propuesta.

Se observan los distintos motivos por el cual los niños son ingresados a los DIF (violencia, abandono, problemas familiares, etc.) y se logra distinguir el problema más fuerte dentro del Distrito Federal por el cual los niños están siendo llevados a estas Instituciones.

El capítulo II finaliza con la **Problemática para adoptar a un niño en el DIF dentro del Distrito Federal**. Aquí se dan a conocer los programas y los trámites que existen para poder adoptar a un niño en la zona del Distrito Federal. Se analiza todo el proceso que hay detrás para hacer que un niño desamparado tenga una familia, ya que es importante saber el funcionamiento que tiene esta Institución y encontrar tanto los beneficios como las problemáticas de su sistema y proponer algunos cambios o modificaciones a sus trámites.

En el **CAPÍTULO III** se lleva a cabo la “**Propuesta de Campaña Social para el DIF a favor de la adopción de niños en el Distrito Federal durante el 2009-2010.**” donde se maneja toda una estrategia de campaña social bien ejecutada (con una exhaustiva investigación de mercado, generación de un concepto creativo que es el hilo conductor de la campaña, estrategia de medios, etc.) para influir al público objetivo, de tal modo que se genere un interés en ellos y así lograr una mayor conciencia y cultura de la adopción de niños dentro del Distrito Federal.

Es así como esta investigación propone el mejoramiento de conciencias psicosocial y psicocultural para que las personas decidan adoptar a un niño y así generar la conciencia de que estamos en un país con muchos problemas sociales, políticos, culturales, económicos, etc.; remarcando que en un futuro los únicos perjudicados serán las siguientes generaciones.

CAPÍTULO I. LA IMPORTANCIA DE LAS CAMPAÑAS SOCIALES DENTRO DE LA SOCIEDAD MEXICANA.

En la actualidad se presenta un problema de *conciencia social*¹ en las personas; esto debido a la verdadera cara de los constantes problemas en los cuales la población mexicana se encuentra inmersa. Muchas de las campañas sociales tratan de expresar los mensajes para concientizar a las personas, pero no se están enfocando bien al target o les está costando trabajo analizar bien el comportamiento del ser humano de acuerdo a la época y rol social.

Para entender todo el proceso que lleva el hacer una campaña social y analizar los resultados obtenidos dentro de nuestra sociedad, se deben tener muy en claro los conceptos básicos que están involucrados en ella; observando las grandes diferencias que existen entre las campañas comerciales y sociales; pero en este apartado, sólo se hace énfasis al aspecto social.

Para poder empezar con la importancia de las campañas sociales, es necesario saber ¿Qué es el Marketing Social?; el cual se puede interpretar como el que llevan a cabo las Empresas e Instituciones para poder dar a conocer sus mensajes sociales.

En Marketing Social “se incluyen como agentes oferentes todas las organizaciones que trabajan por una causa social, buscando el beneficio de la sociedad o grandes grupos de la misma, de forma individual o colectiva.”² Como es el caso del DIF ya que por medio de esa Institución el gobierno busca el bien social para las familias mexicanas.

¹ *Es cuando un conjunto de individuos u organizaciones se dan cuenta de alguna problemática que está afectando su desarrollo social, llegando a un mutuo acuerdo para una posible solución a ese problema. En el presente trabajo la palabra conciencia social es utilizada debido a que las personas al vivir de forma efímera muchas veces no le dan importancia a las problemáticas sociales y tratan de acostumbrarse a vivir con ellas. Por eso es importante hacerles saber que existe un problema que ellos pueden ayudar a solucionar.*

² **MONTERO** Simó, María José, *El marketing en las ONGD. La gestión del cambio social*, España, Editorial ETEA, P. 64

Para P. Kloter (citado en el libro de Montero) el Marketing social 'es una tecnología de gestión del cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a aumentar la aceptación de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes objetivo.'³ Lo que resalta este concepto es el principal objetivo del marketing social: obtener un cambio, generando nuevas conciencias y formas de pensar con respecto a algún problema o situación que está provocando incomodidad en la sociedad.

Parte importante del Marketing Social es la Publicidad, utilizada como herramienta, y en caso de ser enfocada a la administración pública comprende: "las entidades cuyo control de la propiedad es público y que se dedican a las organizaciones de los servicios comunes para la sociedad que no son objeto de transacciones...A este tipo de publicidad suele conocerse con el nombre de publicidad institucional."⁴ El concepto explica claramente que éste tipo de publicidad sólo se utiliza para hacerle un bien a la sociedad, para abarcar temas relacionados entre instituciones públicas y sociedad.

Lo anterior se ejemplifica con las campañas que realiza el IFE, donde invita a los ciudadanos a participar en las elecciones del futuro presidente, diputados y senadores. Su objetivo final es motivar por medio de los mensajes publicitarios a los ciudadanos para que voten de forma libre y soberana, y así seguir practicando la democracia en el país.

Otra de las campañas, es la realizada por la CFE, invitando a las personas para que no se roben la luz por medio de los llamados "diablitos". La campaña tuvo como objetivo principal concientizar a las personas a pagar la luz que realmente consumen diariamente sin hacer trampa con sus medidores y en caso de mostrar alguna alteración en el sistema de electricidad, reportarlo a la compañía para inmediatamente repararlos.

³ Ibidem, P. 69

⁴ ORTEGA, Enrique, *La comunicación publicitaria*, Madrid, Editorial Pirámide, P. 27.

Los ejemplos mostrados anteriormente, dejan ver claramente que cada Institución se encarga de buscar el beneficio propio y el de la sociedad, se resuelven inquietudes de ambas partes y se trata de resolver un problema de tal forma que todos salgan beneficiados. Las dos ejemplificaciones, surgen a causa de un problema social que es atendido por las Instituciones involucradas, las cuales proponen resoluciones de tal forma que dentro de la sociedad se haga conciencia de ello a la hora de actuar y pensar.

Para algunos autores existe una mezcla mercadológica social compuesta por 7 P's: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Proceso, Personal y Presentación.

- Producto: 'En marketing social está íntimamente relacionado con las ideas sociales que buscan el bienestar integral de la sociedad'⁵. En el caso del tema tratado en el presente trabajo es generar una cultura de adopción dentro del Distrito Federal. Ésta situación, está ligada a los procesos prolongados para llegar a la adopción.
- Precio: Se refiere al "beneficio económico que el adoptante recibirá a cambios de determinada acción. El precio en la mercadotecnia social suele no expresarse en dinero, sino en el involucramiento y en el esfuerzo de todas las personas que buscan y promueven un cambio".⁶ En el caso de la adopción sería: la satisfacción de ayudar a un niño que no tiene familia y a una familia que desea un niño.
- Plaza: "Es todo el esfuerzo que realiza la organización social para poner a disposición de los usuarios los productos sociales, como los lugares físicos,"⁷ Las estrategias publicitarias son utilizadas de forma masiva para poder hacerle llegar a gran población del Distrito Federal la nueva cultura de adopción que se pretende implementar.

⁵ PÉREZ, Romero, L. *Marketing Social. Teoría y Práctica*, Pearson, México, 2004, P. 52

⁶ ROMERO, Servín Verónica, *La campaña publicitaria como herramienta para promover el cambio social: el caso del voto en jóvenes mexicanos en la contienda electoral 2006*, P. 6

⁷ PÉREZ, Op, Cit., P. 265.

- Promoción: Se refiere a todas las cosas que la institución pretende hacer con su público objetivo como el informarle, persuadirlo, concientizarlos, entre otros., para así, poder obtener un bien social.
- Proceso: Son todos los pasos que deben seguir las personas interesadas en adoptar a un niño para poder conseguir su objetivo, que en éste caso es concretar y asegurar la adopción. Todos esos pasos son las pláticas, los talleres, los carteles, las inserciones, entre otros.
- Personal: Se trata de estudiar bien al público objetivo al que va dirigida la campaña para poder saber lo que esperan del producto que se ofrece, o sea, poder aumentar la adopción por medio de un servicio eficiente, sin tantas barreras.
- Presentación: Es el lugar donde se ofrecerá el productos social, que en este caso son las Instituciones DIF y las Delegaciones del Distrito Federal principalmente, ya que en éstos lugares es donde se tendrá un contacto más directo con el público objetivo.

1.1. LA INFLUENCIA Y REFLEJO DE LAS CAMPAÑAS SOCIALES EN LA SOCIEDAD MEXICANA.

El impacto que tienen las campañas sociales en la sociedad mexicana son de gran importancia, debido a que tienen un efecto sobre los ciudadanos que logra la modificación (cambio) de actitudes y pensamientos.

Un ejemplo de lo anterior, son las campañas sociales del Gobierno Federal y la Secretaría de Salud, a partir de finales del mes de Abril del 2009, constantemente han emitido una serie de mensajes sociales para prevenir el contagio de la influenza humana y gracias a ellos, las personas se han enterado

de las medidas que deben de tomar ante una situación como esta que afortunadamente se ha visto reflejado en la disminución de contagios. También han logrado crear una cultura de higiene personal, todo esto, para el beneficio de la misma sociedad.

Montero Simò en su libro *El marketing en las ONGD. La gestión del cambio social* menciona que las campañas sociales surgieron por el interés de resolver problemas en el ámbito social; en el caso de la ciudad de México empezaron a surgir de forma más fuerte a partir del terremoto de 1985, ya que muchas personas y organizaciones se unieron para ayudar. También, autores como G.D. Wiebe (citado en ese mismo libro) se preguntaba el por qué no se podían vender igual la fraternidad (social) que un jabón (comercial).

Para los años de 1952 ya se habían realizado algunas campañas sociales pero no habían tenido mucho éxito y por eso Wiebe se cuestionaba el por qué de los fracasos de esas campañas, encontrando como respuesta que sólo comunicaban nuevos cambios de comportamientos y no tenían una buena planificación. Eran anuncios que sólo incitaban al cambio pero no decían cómo, ni dónde; los mensajes se olvidaban fácilmente y se percibían una falta de investigación a profundidad ya que éstos no se adecuaban al público objetivo.

Para poder hacer una campaña se debe tomar en cuenta la problemática social, ésta denominada como: “una condición o situación específica de la sociedad, que es vista como un desastre por algunos de los miembros, y se considera susceptible de ser eliminado o, al menos, mitigada con su esfuerzo colectivo.”⁸ Lo anterior, es el punto de partida por el cual las ONG's o Instituciones emplean diversas campañas sociales y procuran ponerse en una postura conveniente para todos.

⁸ MONTERO, Op. Cit., P. 70.

El siguiente paso es el cambio social, que está enfocado a modificar el comportamiento de los individuos. Enseguida se viene una acción social que se refiere a la acción colectiva.

Kotler menciona en el libro *El marketing en las ONGD* que la acción social está compuesta por las 5 C:

- Causa: Es un objetivo dentro del cual se piensa que se podrá establecer un cambio para resolver un problema social. Bajo una problemática se exponen distintas soluciones y éstas deben estar bien respaldadas y justificadas para poder hacer que se dé un cambio social, ya sea de conducta, de pensamiento o de valores. “Existen causas sociales ligeras...apoyadas normalmente en estrategias de cambio vía persuasión exclusivamente, frente a las causas pesadas...que requieren de estrategias con fuertes dosis de poder o reeducación.”⁹
- Agente de cambio: Es alguien (personas o Instituciones) que lleva o llevarán a cabo una campaña social para que se logre dar ese cambio deseado.
- Adoptantes objetivos: Son las personas o el público objetivo en las cuales se centran los agentes para poder realizar el cambio social. Deben de tener bien en cuenta todas las influencias tanto externas como internas que lo rodean.
- Canales: Son los medios por los cuales se da a conocer la información y ellos reciben una respuesta. Es el intermediario entre los agentes y adoptantes. Los agentes de cambio deben de estudiar bien cuáles serán sus canales más adecuados para llegar al público objetivo.

⁹ MONTERO, Op. Cit., P. 72

- Estrategia de cambio: Es la forma en que los agentes analizaran el cómo llegarle al público o adoptantes sociales para poder hacer el cambio social. Aquí se analiza cuál es la mejor forma de lograr ese cambio.

Dentro de las estrategias, existen distintas vías para poder lograr el cambio: la educativa se realiza a través de valores y creencias (es de las más importantes porque tiene que ver con la parte interna del individuo); la persuasiva, que está enfocada a la realización de un cambio social y se logrará siempre y cuando la persona esté motivada; la de influencia social, que tiene relación con los valores, normas y creencias del ser humano dependiendo de los grupos sociales en los cuales se desenvuelve y a los que pertenece; la conductual, “parte de minimizar la influencia de los pensamientos y sentimientos en el comportamiento individual...se enfatiza en el entrenamiento y en la modelización de un comportamiento deseado, que se recompensa cada vez que se acontece.”¹⁰

Todos los puntos anteriores son fundamentales para poder analizar el cómo las personas reciben, son influenciadas y reflejan lo que las campañas sociales transmiten con el fin de concientizar o adoptar nuevas ideas, para hacer que los individuos y la sociedad en conjunto obtengan un beneficio y bienestar.

Es importante resaltar, que (además de los puntos mencionados anteriormente) la actitud social de las personas es indispensable para el impacto de las campañas sociales, ya que de acuerdo a su predisposición se darán los diversos comportamientos ante los mensajes difundidos.

Según el ambiente en el que se desarrolla cada individuo, las actitudes se van formando ya sea a favor o en contra de personas y cosas.

La actitud social es “una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de carga afectiva a favor o en contra de un objeto social definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos

¹⁰ Ibidem, P. 80

relativos a dicho objeto.”¹¹ La conducta que toman las personas dentro del proceso de socialización no sólo es por lo que piensan ellos, sino que también por qué piensan que se debe hacer tal cosa y esto como consecuencia a lo establecido en las reglas sociales.

Normalmente, las actitudes se aprenden de personas que son de gran importancia para cada uno de ellos, ya sea por querer ser como ellos o simplemente por tener identidad y sentirse parte de un grupo social. También se debe tener un conocimiento previo de la situación para poder tener una actitud más consciente de la forma en que se actuará, porque de lo contrario, sólo se obtienen referencias y el actuar será débil.

Cuando se intenta dar ese cambio en las personas, también se habla de una reestructuración, lo que implica modificar toda una percepción y sobre todo romper con las estructuras psicológicas, emocionales, sociales y culturales; éstas últimas son las más difíciles de cambiar porque están arraigadas e inmersas desde la educación básica de las personas.

1.2. LA PERCEPCIÓN.

La percepción “es un proceso por el cual un individuo recibe un conjunto de estímulos de diferentes sentidos, seleccionándolos, comparándolos e interpretándolos convenientemente...es una conducta psicológica compleja que corresponde a un cuadro de referencia particular, elaborado según nuestra experiencia personal y social.”¹² Por lo tanto, es un hecho de que las personas actúan, sienten, valoran, de acuerdo a lo que perciben, a sus experiencias vividas, a los roles sociales, familiares , etc.

Los guesaltistas dicen que muchas veces el individuo tiende a agrupar las cosas y siempre bipolarizan de tal forma que la visión se vuelve homogénea, por ejemplo: si alguien ve a un darketo puede considerarlo como parte de una

¹¹ JABLONSKI, Bernardo, *Psicología social*, México, 2002, P. 86.

¹² ORTEGA, Op. Cit., P. 51

sociedad pero lo identifica más porque pertenece a un grupo de jóvenes que hacen rituales oscuros y llevan por nombre Darketos; por lo tanto, ya agrupó a ese sujeto en algo específico, pero también le dio un significado según con las personas con las que se reúne y a la apariencia que le dé.

Lo anterior sirve para calificarlo y clasificarlo. Por lo tanto, se puede decir, que los Draketos son una tribu urbana que no tienen un aspecto muy agradable, dando mala imagen a la sociedad y que producen miedo.

El Doctor George Boeree en sus estudios de *Percepción de personas* explica las estructuras mentales del ser humano y dice que todos tienden siempre a dividir las cosas y situaciones: buenos y malos, ricos-pobres, hombre-mujer, etc., pero todo dentro de este proceso de convertir uno en dos. Lo anterior por lo regular se aplica para todo y después se organiza de acuerdo a las reglas, creencias, contextos, cultura, etc.

Otros aspectos importantes de la percepción que menciona Boeree son:

- Las inferencias que han sido establecidas por la sociedad, comunican mucho, y siguiendo con el ejemplo anterior, si alguien ve a un muchacho con pantalones negros, gabardina de terciopelo negra, botas negras, con labios pintados de negro, etc., enseguida se deducir que es un Darketo.
- La generatividad: tiene que ver con el poder de las palabras y es que cuando se describe a otra persona con una serie de palabras (formar enunciados) que tienen significados, se puede llegar a conocerla. Por ejemplo, si Arturo dice: Es una persona con bata blanca, porta un estetoscopio en el cuello, se dedica a atender a los enfermos, trabaja normalmente en consultorios u hospitales, etc., otra persona podrá deducir que se trata de un doctor.

- **Interacción de Cualidades:** Son sinónimo de adjetivos calificativos y se utilizan también para describir a las personas, cosas, situaciones, etc.; pero su significado va a variar de acuerdo al contexto de ellos y al de los demás. Es importante resaltar que las primeras palabras que las personas mencionan son las que tienen mayor impacto de poder porque son las primeras impresiones que reciben las personas con las que se está hablando.

Por ejemplo, cuando alguien pregunta por alguna persona que no conoce. ¿Cómo es Arturo? Arturo es inteligente, creativo, serio, dedicado, directo y sobre todo, es muy difícil de tratar. Entonces, esa persona a la que se le describió a Arturo, si otra sujeto llega a preguntarle por él mencionará que es inteligente, creativo y raro, porque fueron las primeras impresiones que le quedaron cuando le hablaron de él.

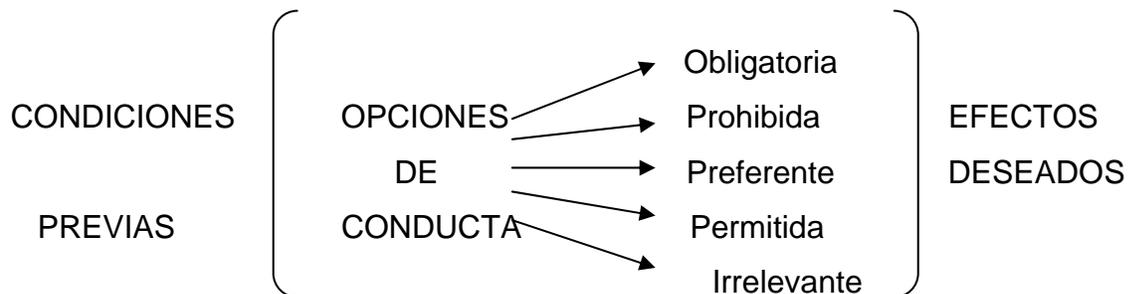
- **Gestos:** También llamados emblemas dentro de la psicología social y son de mucha importancia, ya que al igual que las palabras expresan y transmiten mensajes que en su mayoría son culturales, por ejemplo: el dar un beso o un abrazo son sinónimo de amor, cariño, pero claro, tomando en cuenta el tiempo y el espacio.
- **El lenguaje corporal:** Es menos consciente que los gestos pero siempre están presentes en la vida de cada una de las personas, por ejemplo: cuando cruzan los brazos (barrera), miran directamente a los ojos (interés), encorvan el cuerpo (cansancio o desinterés), cruzan las piernas y ponen la espalda recta (presencia), etc.

Por otro lado, es importante tomar en cuenta el carácter y el estado de ánimo de las personas para la reacción de los mensajes y es que Rorschach en algunos estudios que realizó encontró que “los sujetos con estados depresivos daban interpretaciones que se caracterizaban por ser precisas...los sujetos en estado

eufórico daban muchas respuestas...los sujetos con dificultad para ejercer poder sobre deseos reprimidos, deseos poco adaptativos a su medio, tendían a fijar su atención en pequeños detalles”¹³. Por consiguiente, las percepciones son puras cuestiones psicológicas que todo ser humano tiene; él organiza y construye de acuerdo a todo el contexto social en el que se encuentra.

1.3. LA IMPORTANCIA DE LA PERSUASIÓN.

Otro concepto central para una campaña social es la persuasión, que se refiere a una actividad que intenta “modificar de por lo menos a una persona mediante la interacción simbólica. Es una actividad consciente y se produce cuando se registra una amenaza contra los objetivos de una persona.”¹⁴ Muchas veces dentro de una situación, las personas identifican muchos aspectos que se les hacen familiares, produciendo en ellos una reacción (ya sea positiva o negativa) que influirá en su toma de decisiones para actuar o decir algo.



Nota: MODELO DE NORMA DE REGULACIÓN. Véase en **KATHLEEN**, *La persuasión en la comunicación*, P. 33.

¹³ **VIQUEIRA**, Carmen, *Percepción y cultura: un enfoque ecológico*, Ediciones de la Casa Chata, México, P. 235

¹⁴ **KATHLEEN**, K. Reardon, *La persuasión en la comunicación*, Paidós, España, P. 31.

Se puede apreciar en el esquema anterior que KATHLEEN menciona algunas normas que regulan esos comportamientos que toman los sujetos en determinadas situaciones. Las condiciones previas se refieren a los recuerdos y experiencias ya sean buenas o malas de los sujetos; las opciones de conducta están relacionada con la forma que en reaccionará el individuo ante cierta situación de acuerdo a lo que ha vivido; y por último, los efectos deseados, están ligados a los logros de los emisores de la persuasión, ya que en esta etapa se comprueba si son sus resultados deseados o no.

Muchas veces los procesos de persuasión en caso de ser enviados de forma positiva pretenden que se obtenga una respuesta positiva y lo mismo pasa con las propuestas negativas con resultados negativos; lo anterior, frecuentemente se puede observar en algunos mensajes publicitarios como *¿y a la Cruz Roja quién la ayuda?*, donde el mensaje es positivo al hacer conciencia de que la Cruz Roja ayuda a los demás pero a ella *¿quién?*, lo que genera un mensaje positivo en las personas. A lo anterior se le denomina condicionamiento de alto nivel según Kathleen.

Otra de las formas es vincular las palabras de forma opuesta; esto quiere decir por ejemplo, *"Di no a las drogas"*. Aquí se trata de un mensaje para dejar de consumir las drogas; se podría tomar como un mensaje positivo pero el poner palabras como NO, causa un efecto contrario en las personas y se convierte en mensaje negativo, esto debido a la asociación con la rebeldía que existe en los jóvenes de también llevar la contraria de lo que muchas veces les dicen sus superiores o autoridades.

Son muy pocas veces en las que suceden este tipo de ejemplos, ya que en la mayoría de los mensajes utilizan cosas negativas para obtener un mensaje positivo y los ejemplos más ilustrativos son los utilizados con imágenes impactantes como el poner a un muñeco todo roto y sucio representando el

abandono y la violencia infantil, provocando un mensaje positivo en las personas que es el ayudar a los niños. Esto es considerado como contra-condicionamiento.

Cuando los mensajes tienen una fuente considerada por el público objetivo de credibilidad, la respuesta será de forma positiva, ya que generará en él una confianza por lo expresado; por ejemplo, algún mensaje o información dada por un verdadero experto en el tema.

Es necesario que siempre todos los mensajes estén reforzados por algún incentivo o motivación; como el utilizar imágenes agradables para que las personas puedan establecer de manera más sencilla una postura y en caso de que la información dada sea nueva para ellos o simplemente tenga unas ideas deferentes a las ya establecidas, con estas motivaciones, se pueda aceptar de buena forma el mensaje y se establezca un cambio en las personas.

1.4. LA IMPORTANCIA DE LOS ASPECTOS PSICOSOCIALES.

La teoría de la Gestalt enfoca sus estudios a los procesos de percepción. Los llamados ggestaltistas se encargaron de orientar sus investigaciones a las conductas psicosociales de las personas, que a su vez están relacionadas con las experiencias directas.

Según Deutsch Morton y Robert Krauss expresaron en su libro de *Teorías en Psicología Social* que existen tres procesos básicos para la organización de la percepción, relacionándolo con lo social:

- El primero se enfoca a que las personas tienen bien organizadas las percepciones aunque varíe algún elemento de tal situación, ésta siempre será percibida como lo que es; por ejemplo: si se conoce y sabe que una persona en su infancia fue abandonada en la calle por sus padres pero que después fue adoptada por otra familia, siempre

será considerada como niña de la calle aunque actualmente ya no lo sea porque ahora vive con alguien.

- El segundo punto se refiere a que aun estando las percepciones organizadas, siempre habrá algún elemento que las altere según el lugar o el momento en el que la persona se encuentre. Todo cambiará de acuerdo a la situación obteniendo como resultado dos perspectivas diferentes, por ejemplo: si alguien comunica un mensaje para generar una cultura de adopción en la sociedad mexicana, las mujeres jóvenes que apenas están planeando una familia no percibirán el comunicado de la misma forma que las mujeres que ya tienen una familia estable, ya que las primeras tomarán más conciencia del contexto y la situación en la que se encuentran los niños sin padres y las señoras que ya tienen una familia estable, de varios años, lo único que les importará, a lo mejor, es tener una compañía sin tomar en cuenta otros factores que pudieran ser importantes dentro de lo que significa la adopción.
- El tercer punto está enfocado a que dentro de las percepciones organizadas se dan las interrelaciones y explica que siempre deben de existir dualidades porque un elemento por sí solo no hace referencia a nada; por ejemplo: una familia no puede considerarse como tal si no existe una mamá, un papá e hijos; en cambio, si se dividen a estos individuos y solo se ven de forma individual, son simples seres humanos o personas aisladas.

Solomon Asch en su libro de *Social Psychology* menciona que el 'factor decisivo acerca de la sociedad, es la capacidad de los individuos para comprender y responder a las acciones de los otros. Este hecho, permite que los individuos se relacionen entre sí, construyendo la base de todo proceso social y de la mayoría de los cambios decisivos que ocurren en las personas.'¹⁵ Por eso, es importante

¹⁵ DEUSTSCH, M y KRAUSS, *Teorías en Psicología social*, P. 32

que los seres humanos siendo miembros de una sociedad tengan presente y estén conscientes de las costumbres que los harán sobrevivir y que les permitirán adaptarse a un determinado medio.

Dentro de las interacciones sociales se dan una diversidad de estímulos y respuestas. El primero, “puede convertirse en un impulso con tal de tener la fuerza necesaria, por lo que un mismo estímulo puede tener valor tanto de impulso como de señal, activando y dirigiendo entonces la conducta”; por consiguiente, éstos son los que orientan y determinan las respuestas, por ejemplo, la imitación, que según Miller y Dollard son una respuesta aprendida.

Ellos manejan en el libro de *Entre el individuo y la sociedad*, que los grupos sociales son de gran importancia y destacan factores importantes como la conducta imitativa que es dividida en tres:

- Conducta de copia: Constantemente, los seres humanos hacen y adoptan los patrones que los grupos sociales dicen para poder sentirse identificados y reflejados con ellos.
- Conducta igual o dependiente del compañero: Muchas veces se tiende a basar y crear en lo que los líderes dicen, aunque ese comentario sea erróneo; el ejemplo más claro, es el de los medios de comunicación que informan sólo lo que les conviene y adaptan el contenido a su conveniencia, pero la mayoría de las personas piensan que por ser un medio de comunicación con poder y dirigido por figuras públicas, tiene la razón en todo.
- Conducta idéntica: Es cuando dos personas dan la misma respuesta de forma independiente ante un estímulo; por ejemplo, al ver un comercial del gobierno donde se ofrecen propuestas para mejorar la situación económica en nuestro país y más de dos personas responden diciendo: “todos prometen y no cumplen”.

Robert S. Sears “destaca la importancia del refuerzo y el valor motivacional de los impulsos aprendidos, especialmente de la identificación como sistema motivacional secundario”¹⁶ y lo que más le interesa a éste autor (relacionado con los estímulos-respuesta), es su aspecto secuencial, o sea, que las respuestas de un individuo le pueden servir como estímulo a otro, por ejemplo: cuando un niño se cae y llora, la madre reacciona y lo atiende.

Todos los estímulos y respuestas que se dan en cada una de las personas, dependen del grupo cultural y social al que pertenecen, sin olvidar la propia forma de ser de dicho sujeto (actitud, predisposición, vivencias, tiempo-espacio, etc.).

1.5. LA IMPORTANCIA DE LOS ASPECTOS PSICOCULTURALES.

Al individuo por sí solo no se le puede considerar un ser social ya que necesita tener contacto con otros seres humanos para poder intercambiar lenguajes, derechos, éticas, filosofías, religión, etc.

Como ya se había mencionado anteriormente, las características socioculturales se adquieren a través de la interacción con los otros seres humanos con los que se convive, y esta es la base importante del fenómeno sociocultural.

Pierre Bourdieu en su libro *Sociología y Cultura* menciona que la mayoría de los humanos desde pequeños adquieren hábitos permitiendo a través de ellos la incrustación de lo social en las personas creando esquemas de percepción, pensamiento y acción.

Los que se han encargado de educar principalmente para estar dentro de un ambiente social-cultural son las Instituciones como la escuela, la religión, la familia

¹⁶ MUNNÉ, Frederic, *Entre el individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamiento interpersonal*, PPU, Barcelona, P. 123.

y el Estado, moderando nuestras conductas según los roles sociales que se estén desarrollando en un determinado tiempo y espacio; lo que significa, que “las adaptaciones psicosociales, son acomodadas selectivas al ambiente sociocultural, que reflejan la explotación oportunista de las posibilidades de satisfacción personal de que disponen. Estas acomodaciones pueden establecerse, pero también están llenas de posibilidades de cambio inducido por factores Institucionales o de la personalidad. Cada punto en que se alcanza selectivamente, un ajuste adaptativo entre norma y motivación es un punto en que puede producirse el cambio.”¹⁷

Cuando se llegan a producir esos cambios, se toman como una manifestación de una modificación de los sistemas socioculturales y un ejemplo de ello puede ser cuando los chicos o las chicas se encuentran en la etapa de adolescencia y empiezan a buscar su identidad porque realmente no saben lo que quieren, integrándose a grupitos de personas en los cuales se sientan cómodos y atraídos por ellos. Estos jóvenes ya tienen una cierta educación que la escuela y sus familias les dieron pero, con el tiempo, al querer tomar sus propias decisiones empiezan a cambiar varias estructuras culturales que ya tenían establecidas.

Como se aprecia en el ejemplo anterior, la interacción es el factor importante para tomar una decisión e influir al cambio. Por interacción se entiende “todo evento con que se manifiesta en un grado tangible el flujo de una parte sobre las acciones exteriores o los estados mentales de la otra...Interacción dotada de sentido es cualquier interacción en la que el modo como influye una parte sobre la otra posee un valor o un significado que se superpone a las propiedades puramente físicas o biológicas de las acciones correspondientes.”¹⁸

Sorokin menciona en su libro *Sociedad, cultura y personalidad* que las interacciones humanas se componen de tres elementos:

¹⁷ LEVINE, Robert, *Cultura, conducta y personalidad*, akal editor, Madrid, P. 228

¹⁸ SOROKIN, Pitirim, *Sociedad, cultura y personalidad*, Editorial Aguilar, Madrid, P. 57.

- Los seres humanos: La interacción se puede dar dentro de un mismo grupo o entre grupos y de acuerdo al número de personas que estén interrelacionándose serán los números de caracteres que influirán en esa interacción. También influyen muchos aspectos como: si entre esos grupos comparten una misma idea sobre algunos valores o filosofías, ya que dependiendo de esto surgirán nuevas y distintas acciones.
- Las significaciones, valores y normas: Toda acción, símbolo, palabra, etc., posee un significado que se ha establecido por acuerdos sociales (porque alguien dijo que eso significaba tal cosa) y toda significación posee un valor que cada quien le proporciona a las cosas y situaciones, dependiendo de su contexto, vivencias, personalidad, etc. Un ejemplo de esto es lo que significa un auto de lujo para una persona rica y para una pobre; para la rica es un objeto que debe merecerse una persona elegante y con buena adquisición monetaria como símbolo de su poder; en cambio para el pobre, ese mismo auto es algo muy lujoso, imposible de obtener porque es muy caro y para él el auto solo puede significar un medio de transporte para cubrir algunas necesidades importantes.
- Las acciones externas y fenómenos materiales: Son el medio por el cual se deciden o se quieren dar a entender los significados. Por ejemplo, los sonidos, la entonación, la palabra hablada y escrita, los objetos, las acciones; en pocas palabras; es todo medio o recurso para poder expresar un sentir.

Los tres puntos mencionamos anteriormente son de gran importancia para poder comprender los fenómenos socioculturales ya que sin ellos no podrían darse. Todos son un complemento.

CAPÍTULO II SITUACIÓN ACTUAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA ADOPCIÓN DE NIÑOS EN EL DIF EN EL DISTRITO FEDERAL.

La adopción, entendida como “el acto legal por el cual una persona mayor de edad, acepta a un menor como hijo, adquiriendo respecto de él todos los derechos que un padre tiene y contrayendo todas las responsabilidades que el mismo reporta, respecto de la persona de un hijo natural”,¹⁹ en el Distrito Federal es un tema delicado, ya que las Instituciones encargadas de ello junto con el Gobierno Federal no han puesto la suficiente atención y dedicación a esa situación porque simplemente no es de sus puntos principales a tratar dentro de las políticas públicas. (*)²⁰

Es difícil entender por qué la mayoría de los hogares sustitutos como el DIF ponen tantas barreras para poder adoptar a un niño, sabiendo que existe un gran índice de abandono infantil. En la mayoría de los casos, el trámite legal tarda de un año y medio a dos años aproximadamente, sin darle la oportunidad a los futuros padres adoptivos de tener al niño (a) con ellos desde el momento en que se acepta la adopción. (*)²¹

Debido a lo expuesto anteriormente, llega un momento en las personas en el cual se desesperan y pierden la ilusión para obtener un hijo adoptivo, decidiendo por otras opciones no legales que les permitan conseguirlo, por ejemplo: el aceptar a niños que tienen a sus madres en buenas condiciones físicas pero que por lo regular son mujeres de pueblos que no quieren tener una responsabilidad o no tienen con que mantenerlos.

¹⁹ **BRENA**, Sesma Ingrid, *Las adopciones en México y algo más*, México, P. 15

²⁰ (*)En el capítulo 2.3. se profundiza en lo que es la adopción.

²¹ (*)En el capítulo 2.4 se muestran los tiempos y procesos de adopción.

Es común que estas mujeres se dediquen a trabajar de empleadas domésticas, como lo es el caso de la señora María (*)²² que trabaja en una casa de la Colonia Valle de Aragón en el municipio de Nezahualcóyotl.

María es originaria de Matías Romero un pueblo ubicado en el estado de Oaxaca. Ella cuenta, que a la edad de 26 años tuvo a su primera hija a la que al nacer se la robaron, diciéndole (el médico que la atendió en su pueblo) que una prima de ella se la había llevado; María dice que ella no tiene ninguna prima en el pueblo y que el robo de niños recién nacidos en el hospital donde dio a luz es algo común. Piensa que su papá o su ex esposo fueron los que le quitaron a la niña, ya que los hombres de su comunidad dicen que no les gustan las niñas porque no sirven para nada; ellos quieren puros hombres para que trabajen en el campo.

Después de dar a luz, decidió venirse a trabajar al Distrito Federal como empleada doméstica porque en su pueblo, trabajando de lo mismo, le pagaban menos que aquí. Ya establecida en la zona metropolitana, conoce a un hombre (un albañil) con el que tiene un hijo llamado José (actualmente tiene un año y ocho meses), pero posteriormente su pareja la abandonó dejándola embarazada.

A sus 38 años, teniendo 8 meses de embarazo le comentó a la señora de la casa en la que trabaja, que estaba dispuesta a regalar a su hijo cuando naciera, siempre y cuando quedara en buenas manos y sobre todo, fuera una niña porque sus familiares le han dicho que las mujeres no sirven para nada. Durante su embarazo no quiso ir a visitar a sus papás al pueblo porque ellos no estaban enterados de su embarazo y si se hubieran enterado su papá le hubiera pegado muy feo.

Para finales del mes de noviembre del 2009 se programó el parto y dos semanas antes de su operación, el doctor le dijo que tuviera reposo y que iban a

²² (*) Su nombre verdadero es omitido por respeto y porque ella lo pidió. La entrevista tuvo que ser empleada como una plática normal, ya que ella es una mujer muy tímida y no plática con cualquier persona.

ver la forma de adelantarle la cirugía porque el niño venía con doble cordón y se podía ahorcar provocando su muerte, dando ella como respuesta que no le importaba si se moría el niño porque ya tenía a Josecito (su pequeño hijo), mostrando una frialdad e ignorancia hacia el bebé que pronto nacería.

Así como ella hay muchas mujeres a las cuales no se les puede llamar mamás porque realmente no saben lo que es ser una madre y los únicos perjudicados que no saben nada y no tienen la culpa son los niños. Por el contrario, hay mujeres que quieren tener a un niño para darle todo el amor, felicidad y calidad humana que todo ser vivo se merece y que por causas naturales no pueden tenerlo ni las autoridades (DIF) les facilitan el adoptar porque no le han puesto el suficiente énfasis a la revisión de los procesos de adopción porque no es de gran importancia para ellos.

Por lo expuesto anteriormente, es importante darle un seguimiento al problema que no ha sido atendido del todo por nuestras autoridades superiores (Gobierno Federal) ni por la Institución que debe atender el tema de la adopción (DIF) como un problema social que es.

2.1. EL DIF

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia mejor conocido como el DIF, es uno de los organismos públicos que pertenecen al Sistema Nacional de Asistencia Social, encargados de atender los problemas sociales en el país, como por ejemplo el abandono de niños, apoyo a familias de bajos recursos, salud, niños y jóvenes con problemas de drogadicción, etc. Esto según el artículo 4º de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social de 1986.

El primer antecedente que muestra en su página de Internet, es en 1929, al crearse el programa Gota de Leche, donde asistían mujeres de bajos recursos para adquirir un poco de alimentación gratis y poderle ofrecer algo a sus

pequeños. Poco tiempo después se crea la Asociación Nacional de Protección a la Infancia, quien era apoyada económicamente por la Lotería Nacional.

Ya para 1977 es creado por acuerdo presidencial, el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) gracias a la fusión de la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez (1968) y por el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (1961), los dos orientados al cuidado de los niños abandonados, discapacitados y con algunas enfermedades. Éstas Instituciones fueron de mucha ayuda para la sociedad y por eso se decidió fusionarlas para crear una sola y así poder seguir dando los mismos servicios.

“Actualmente, el DIF pasa por una etapa de consolidación y reestructuración orgánica como parte de un proceso de modernización administrativa que le permitirá adaptarse a las nuevas condiciones de la Asistencia Social en México, y afrontar los retos que el futuro le depara”²³.

Lo anterior es importante porque la sociedad cada vez está teniendo más necesidades sociales y éste tipo de Instituciones para eso están, para servirle a la sociedad y por lo tanto, adaptarse a los cambios que ella está teniendo como sociedad en vías de desarrollo que somos, aunque hasta la fecha no se ha visto ninguna acción buena, sólo se ha quedado en puras palabras.

Algunos problemas sociales actuales son el abandono de niños, padres que no tienen dinero y necesitan darles una alimentación básica a sus hijos, las madres solteras, etc., y según datos de la Conapo, y la UNICEF en el “año 2005, había en México 1.6 millones de niños en grave estado de vulnerabilidad, ya fuera por orfandad parcial o total, accidentes, muerte por parte de la madre y migración laboral, entre otros... y en caso de que sigan las actuales situaciones socioeconómicas en nuestro país para el 2010 habrá aproximadamente 29 mil 300 niños sin cuidados familiares e institucionalizados.”²⁴

²³ <http://dif.sip.gob.mx/dif/,14/05/09,22:48hrs>, DIF

²⁴ <http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=173,14/05/09,23:46hrs>, DIF, Perez Alfonso.

Con las cifras anteriores, se denota la gravedad de la situación con respecto al abandono de niños en México, pero para eso está el DIF que se encarga de buscarles un lugar dentro de las Instituciones tanto Gubernamentales como No Gubernamentales pero también deberían de agilizar los trámites para que esos niños de verdad no sólo tengan un lugar donde dormir sino que se sientan parte de una familia y de verdad la tengan.

Por lo tanto, el Desarrollo Integral de la Familia es un hogar sustituto para los niños, ya que “es una Institución de servicio social atendida por el Estado con la colaboración de la sociedad a favor del niño abandonado”²⁵ colocándolos de forma temporal en esos lugares, ofreciéndoles: comida, cobijo, ropa, educación, y haciéndoles sentir que tienen una nueva familia que les dará amor, pero no es lo mismo darle atención, cuidados y amor a un niño que a cincuenta niños al mismo tiempo.

Es importante mencionar que no cualquier niño o niña puede ser parte de estos hogares, ellos deben tener las siguientes características:

- Ya sea que no tengan padre o madre
- Carencia de familiares que se hagan cargo de ellos
- Que sus padres tengan alguna enfermedad grave y que no puedan atenderlos
- Que el ambiente familiar en el que se desarrolla el niño o la niña no sea el adecuado para su desarrollo normal.

Al ser identificados con las características anteriores, ya estando dentro del DIF se les hacen exámenes socioeconómico, médicos, psicológicos y en algunos casos psiquiátricos para poder saber el estado en el que se encuentran y así tenerles un historial para cuando se presente la oportunidad de ser adoptados se sepa qué es lo que hay detrás de ese niño o niña.

²⁵ **RODRÍGUEZ**, Sala, María Luisa, *Instituciones de protección a la infancia en el Distrito Federal*, Instituto de Investigaciones Sociales, P. 105

2.2. PAPEL QUE DESEMPEÑA EL DIF COMO INSTITUCIÓN SOCIAL.

El Sistema DIF “está integrado por un organismo central, el DIF Nacional, que de acuerdo a la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social debe coordinar las actividades en la materia, así como por 32 sistemas estatales DIF y los sistemas municipales DIF que actualmente existen en alrededor de 1,500 de los 2,414 municipios mexicanos. El DIF Nacional es un organismo público, descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, creado por Decreto el 13 de enero de 1977 y que, de acuerdo al artículo 13 de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social de 1986, es el promotor de la asistencia social y la promoción de la interrelación sistemática de las acciones por lo que es el rector del campo de la asistencia social.”²⁶

Las representantes del DIF que tienen contacto directo con la sociedad son las trabajadoras sociales. Leticia Dávalos siendo una de ellas expresa: “mi papel dentro de la sociedad es de gran importancia, ya que represento el vínculo entre las personas que tienen necesidades y problemas específicos, con las instituciones encargadas de solucionarlos, esto significa que no resolvemos directamente los diversos problemas sociales, sino que buscamos la institución o el medio adecuado para poder dar solución a esos problemas.”²⁷

Éste organismo (DIF) está formado por:

- El Patronato: Se forma por 11 personas que son designados por el presidente de la República. Margarita Zavala, esposa del actual presidente

²⁶ <http://www.dif.gob.mx/transparencia/queesdif/queesdif.htm,18/05/2009,21:30hrs>, DIF

²⁷ Ver entrevista completa con la trabajadora social, ubicada en Anexos.

Felipe Calderón, es la Presidenta del Consejo Ciudadano Consultivo del Sistema Nacional del DIF, quien es la encargada, junto con el Titular de la Secretaría de Salud, de velar por los problemas de nuestra sociedad, buscando un apoyo equitativo entre ellos y las demás Instituciones Gubernamentales. Busca, formula y contribuye a la incrementación de recursos para el Patrimonio.

- La Honorable Junta de Gobierno: Está formada por algunos funcionarios públicos como: el titular de la Secretaría de Salud, Hacienda y Crédito Público, Gobernación, Trabajo y Previsión Social, Educación Pública y Procuraduría General de la República, los directores generales del IMSS, el de la Lotería Nacional y de Pronósticos Deportivos, el Director General del propio organismo, etc. Todos ellos permiten y autorizan todos los planes y programas de trabajo de la Institución (externos e internos).
- La Dirección General: El Presidente de la República designa al director general de la Institución, quien tiene el poder y la facultad de decidir sobre muchas cosas como: presentar informes, estados financieros, controla, dirige y planea todo lo relacionado con la Institución.

Como toda Institución, el DIF presenta una misión, en donde explica que trata de dirigir y combatir todas las causas-efectos vulnerables de la sociedad (políticas públicas), en conjunto con las Instituciones públicas y privadas, gubernamentales y no gubernamentales, teniendo como resultado un capital social, o sea, una buena respuesta a la solución de los problemas.

Su visión consiste en dirigir las políticas públicas enfocadas a la familia y sociedad, llegando a ello por medio de la prevención, profesionalización y la corresponsabilidad social.

Esta misión y visión que muestra la Institución no son llevadas a cabo tal cual al pie de la letra, ya que por ejemplo, el DIF de Morelos al ver que algunas niñas no las puede atender por ser niñas con algún tipo de violencia, decide mandarlas a una casa hogar que no pertenece al gobierno llamada Casa de las

Mercedes (ONG encargada de recibir niñas con todo tipo de violencia, ubicada en el Distrito Federal), y que puede tratar a este tipo de niñas, menciona la Psicóloga de la ONG Naomi Berenice Ferreira Reyes.

En este caso sí cumple con la parte referente a que trabaja en conjunto con otras Instituciones, pero en donde ya no cumple, es en la parte donde señala que las niñas son enviadas a otras Instituciones, estando siempre al pendiente de ellas, lo cual no es cierto que les dan un seguimiento, ya que realmente no saben qué necesidades puedan tener tanto la ONG como las niñas, pues la Casa de las Mercedes no cuenta con suficientes recursos económicos.

Es importante mencionar, que antes del 2004 existía un vacío legal en materia de adopción dentro de nuestro país, ya que “no todos los DIF contaban con atribuciones para supervisar y dar seguimiento a las adopciones, es decir, en la mayoría de los estados las instituciones privadas y públicas no estaban obligadas a informar sobre las adopciones de carácter nacional al DIF, pero fue en este año cuando se sale la Ley de Asistencia Social”²⁸ en donde ya se regula esta parte de la comunicación e interacción con el DIF.

El Desarrollo Integral de la Familia también cuenta con algunos objetivos como:

- “Coordinar el Sistema Nacional de Asistencia Social Pública y Privada para brindar servicios en la materia por medio de programas, lineamientos y mecanismos de seguimiento y operación.
- Prevenir los riesgos y la vulnerabilidad social con la participación corresponsable del individuo, la familia y la comunidad, bajo el principio del desarrollo humano sustentable.

²⁸ <http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=173,14/05/09,23:46hrs>, DIF

- Difundir y promover el respeto a los derechos de la infancia en coordinación con organismos internacionales, gobiernos, iniciativa privada y organizaciones de la sociedad civil.”²⁹

Los objetivos anteriores son más que nada de difusión de programas y se consideran como ciertos, ya que constantemente se ven en diferentes medios de comunicación la difusión de la unión familiar, apoyo a los jóvenes drogadictos, madres solteras, salud, etc., todos llevados a cabo con ética, valores y compromiso social. Pero la difusión de programas de adopción ¿Dónde están? Lo único que tienen son dos pequeños videos en su página de internet que duran a lo mucho un minuto, con una muy mala calidad de producción y que fueron realizados desde el año 2007, lo que significa que la postura manejada durante los capítulos anteriores es correcta, ya que con eso, el DIF y el gobierno demuestran el desinterés que tienen por ese tema.

2.3. ADOPCIÓN

La adopción con el paso del tiempo ha ido y seguirá sufriendo transformaciones de acuerdo a las nuevas formas de estructura familiar y social según las necesidades de cada sociedad y en el caso de México, al ser un país considerado en vías de desarrollo, sufre transformaciones día a día.

Ingrid Brena analiza los inicios de la adopción en su libro *Las adopciones en México y algo más* describiendo que las personas que no podían tener hijos (como algunos romanos) buscaban a un descendiente para poder heredarle sus bienes.

²⁹ <http://dif.sip.gob.mx/dif/?contenido=16,14/05/09,22:51hrs>, DIF

También en España (Valencia) y algunas sociedades italianas había magistrados que se encargaban de ayudar y cuidar a los niños huérfanos a los cuales se les denominaba “padre de los huérfanos”, siendo su principal objetivo el que los jóvenes trabajaran y no anduvieran de vagos por las calles, ya que si no cumplían con su empleo eran castigados con la cárcel.

En la época de la Colonia (Nueva España) la adopción recibía el nombre de “prohijamiento” con el fin de que se pudieran heredar los bienes de los que no tenían descendientes. Los trámites se hacían en presencia del rey o del príncipe (ya que ellos tenían bajo su vigilancia a las mujeres y niños), posteriormente por medio de carta se hacía de forma legal la adopción; el otro tipo de adopción era que el padre del niño diera autoridad para que su hijo pudiera ser adoptado por otra persona.

Dentro de estos procesos se estudiaban a fondo los aspectos socioeconómicos y las verdaderas intenciones de los que pretendían adoptar.

Algunos de los escritos más importantes durante la Colonia que hacían referencia a la protección de niños y a la adopción fueron: La Novísima Recopilación, libro séptimo, título XXXVIII, ley III, el Decreto de Carlos III del 2 de Junio de 1788, el Decreto Real de Carlos IV del 23 de enero de 1794, entre otros; los cuales expresaban que se atenderían a todos los niños que fueran huérfanos y se les conseguiría un trabajo en labores domésticas y de campo para así obtener mano de obra gratis, sin dejar a un lado el bien que a su vez se le hacía a la sociedad al atender la problemática de abandono infantil.

Todos estos niños sin familia se encontraban en casas hogares que por lo regular eran vigiladas por los altos mandos eclesiásticos, eran como los actuales orfanatos e Instituciones encargados de protección infantil.

Existían las “Juntas Providenciales de Beneficencia, compuestas por el gobernador de la provincia, el prelado diocesano, un diputado provincial, un médico y dos vocales, a quienes correspondía la tutela de los menores que se criaran en los establecimientos de expósitos;”³⁰ y específicamente en la Ciudad de México, los padres que dejaban a sus hijos en manos de las Juntas, en caso de que quisieran volverlos a recuperar tenían que pagar los gastos según el tiempo que el niño estuvo en el lugar. Este tipo de juntas son un antecedente de la formación del actual Patronato del DIF.

La regulación de la adopción más formal se dio hasta que Napoleón retomó el “Proyecto de Código originalmente formulado por la Comisión Redactora...sólo podían ser adoptados los menores de edad y, en todo caso, se dejaba subsistente el vínculo de parentesco natural del adoptado”³¹; el trato sólo era entre el adoptante y el representante del adoptado como suele hacerse hoy en día.

Como ya se había mencionado anteriormente, la situación de la adopción en nuestro país por años no ha sido una prioridad para los gobernantes mexicanos, les es más importante los aspectos económicos que los aspectos sociales – humanos.

Los llamados servicios de asistencia social (como el DIF) son los que están a cargo de atender este tipo de problemáticas o situaciones, pero muchas veces no saben equilibrarlas y le dan preferencia a otras, como lo pueden ser la ayuda a los drogadictos o a familias con bajos recursos económicos y es lamentable que no se den cuenta de que la estructura de la Institución familiar con el paso de los años se ha ido modificando, ya que los roles de los hombres y las mujeres han cambiado debido a la situación económica haciendo que las mujeres también se dediquen a trabajar sin dejar de lado sus labores domésticas.

³⁰ BRENA, Op. Cit., P. 15

³¹ Ibidem, P. 9

Debido a la poca difusión e interés por la adopción dentro de la sociedad mexicana, la mayoría de la población no sabe en qué consiste ni qué beneficio le puede hacer a la sociedad el apoyar este tipo de programas sociales.

Para tener en claro todo lo relacionado con este tema, primero se tiene que establecer una definición de lo que es la adopción ya que existen una gran diversidad de opiniones y definiciones en cuanto al significado de la adopción, lo que genera una inestabilidad en los acuerdos referentes a la materia adoptiva y en caso de no establecerse una definición concreta que sea manejada de forma universal, nunca se llegará a un mutuo acuerdo entre Instituciones para ver cómo manejar los procesos de adopción.

Algunas de las diferentes definiciones son:

Desde la perspectiva del DIF “es un proyecto de vida individualizado para las niñas, niños y adolescentes que busca garantizar su derecho a ser parte de una familia permanente,”³² además de ayudarles a sentirse miembros de una sociedad.

Ingrid Brena en su libro *Las adopciones en México y algo más*, dice que la adopción permite que un menor se integre a un grupo familiar distinto al suyo cuando el suyo, por causa de distintas situaciones o motivos, no le garantiza el bienestar mínimo o necesario para su desarrollo integral.

Para la trabajadora social Dávalos es “la creación de una filiación a través de la cual se le brinda protección a un menor que en su momento no pudo tener las condiciones de vida que requiere para tener un desarrollo integral...es un acto de conciencia plena donde uno o dos adultos tienen la capacidad humana de brindar

³² <http://dif.sip.gob.mx/adopcion/14/05/09,22:05hrs, DIF>

la protección y el cuidado a un menor desamparado, finalmente el ser padre no está limitado al aspecto biológico.”³³

Por último, Brena presenta dos posturas de diferentes autores con respecto a la adopción; la primera es de Cárdenas Miranda Elva que la define como: ‘la figura jurídica que, por medio de una decisión judicial produce entre adoptante y adoptado un vínculo de filiación, al mismo tiempo que desaparecen, salvo excepciones, los vínculos entre el adoptado y su familia anterior.’³⁴

La otra definición es de Montero Duhalt Sara, que lo expresa como una ‘Institución Jurídica que tiene por objeto crear relación de filiación entre dos personas que no son entre sí progenitor y descendiente consanguíneo.’³⁵

Todas las definiciones anteriores coinciden en que es la integración de un individuo a una familia, dándole siempre prioridad al niño/a; y en resumen con base a lo anterior, la adopción se puede definir como: acto en donde dos personas se comprometen (adoptado y adoptante) en ser parte de una misma familia con derechos y obligaciones, con la finalidad de que sea considerado como hijo natural; sin meter forzosamente lo legal y lo jurídico ya que a muchas personas se les hace más fácil obtener un niño o niña por la vía ilegal, pero este acto no deja de llamarse adopción, ya que se está integrando a un individuo dentro de la familia con derechos y obligaciones.

Una vez establecida la definición, se puede hablar de lo que Brena menciona sobre los dos tipos de adopción:

- Adopción Simple: Consiste en la unión de lazos entre el adoptante y el adoptado sin tener nada que ver con la familia del adoptante, pero sí siguen

³³ Ver entrevista completa con la trabajadora social, ubicada en Anexos.

³⁴ Ibidem, P. 27

³⁵ Idem.

teniendo una relación con la familia consanguínea del adoptado sólo para asuntos de alimentación y otros más; es como encargar por un determinado tiempo a un individuo con otra persona. Un ejemplo es cuando los padres de un niño se divorcian y por situaciones legales el niño se queda en manos de la abuelita o de algún tío pero el padre tiene que pasarle una pensión alimenticia y otras cosas más.

- Adopción Plena: Aquí se reconocen tanto los lazos del adoptado con el adoptante como con toda su familia del que obtuvo al nuevo integrante, lo que significa que las personas involucradas en el proceso obtiene nuevos derechos y obligaciones como nueva familia que son, no permitiendo que sus parientes consanguíneos del adoptado tengan alguna relación con él, ni con su nueva familia. Por ejemplo: Cuando una pareja no puede tener hijos y desean tenerlos, deciden obtener a un niño o niña ya sea por la vía legal o ilegal para integrarlo a sus nuevos lazos familiares pero de tal forma que el nuevo integrante no tenga ninguna relación con su familia biológica.

En algunos comunicados el DIF hace referencia de una nueva cultura de adopción en nuestro país y dicen que están empezando por el lado de agilizar los trámites de adopción, por ejemplo:

Cecilia Landerreche Gómez Morin, titular del Sistema Nacional DIF en el IV Congreso Internacional de la Familia realizado el 29 de Febrero del 2008 en Guadalajara, señaló que en ésta Institución lo más relevante para ellos es el bienestar de los niños, lo cual implica acortar los tiempos del proceso de adopción ya que lo más importante del proceso es el interés superior del niño, pues cuando se encuentra bien protegido y cuidado dentro de una familia, se beneficia a los padres, a los hijos adoptivos y a la familia en general.

Otra de las cosas a destacar que mencionó la titular del DIF es lo referente a la nueva cultura de adopción, que consiste en buscarle una familia a los niños y

no buscarle un niño a una familia, lo que significa que se le está dando prioridad a los niños de sentirse adaptados a nuevas personas.

La declaración es interesante ya que muchas veces las familias van y seleccionan al niño que desean obtener, en caso de no cumplir con las características que ellos desean simplemente no lo aceptan, pero ya con esta nueva propuesta de cultura adoptiva que el DIF está manejando, los niños serán más valorados al darles la oportunidad de decidir quienes quieren que sean sus nuevas familias.

Con las intenciones que tienen los integrantes del DIF como lo es Cecilia Landerreche, se puede lograr en México esa nueva cultura de la adopción en donde se están tomando en cuenta a los probables adoptados y a los posibles adoptantes; con esto los índices de adopción pueden aumentar, y por otro lado, reducir la cantidad de niños sin familia que se encuentran en los DIF, Instituciones Públicas e Instituciones Privadas.

Aunque por lo regular, las acciones no se llevan a cabo y todo se queda en las puras palabras, ya que desde Octubre del 2007, el DIF en su página de Internet tiene dos spot's que hablan sobre el mejorar y agilizar los procesos de adopción, y tras dos años después de sus comunicados, se logra apreciar que esas palabras se las llevó el viento porque tras dos años de su publicación no se ha visto alguna mejoría en esa materia.

2.4. PROBLEMÁTICA PARA ADOPTAR A UN NIÑO EN EL DIF DENTRO DEL DISTRITO FEDERAL.

La adopción desde sus inicios ha tenido requisitos para poder llevarla a cabo pero también, con el paso del tiempo han aumentado sus trámites y tiempos; por ejemplo en el siglo XVI en la Nueva España cuando una persona quería adoptar para poder tener un descendiente, se le pedía al rey o a los religiosos que tenían a

los huérfanos que decidieran si daban la carta con el veredicto final de la aceptación de la adopción o no; era un proceso muy simple y rápido.

En la actualidad, lo que hace que se alarguen los tiempos son los procesos tan tardados como la entrega de certificados, constancias, comprobantes de los adoptantes, exámenes por parte del DIF, entre otras cosas. La revisión y aceptación de todos los trámites han llegado a durar hasta 8 meses para dar la aprobación y así, poder pasar al siguiente proceso, de tal forma que el adoptante siente desesperación para poder concluir con los procesos de adopción.

Un ejemplo de lo anterior es el caso de la Licenciada Vianey (*)³⁶. Ella tiene 46 años de edad, profesionista con maestría en mercadotecnia, dueña de una pequeña agencia de Publicidad y está casada desde hace 5 años con un cubano con nacionalidad mexicana.

A la edad de 38 años empezó con la inquietud de adoptar a un niño, ya que tras varios intentos de embarazo fallidos por problemas de matriz infantil, decidió ya no insistir con un hijo biológico y entonces, investigar lo que se necesitaba para poder adoptar a un niño o niña en alguna Institución.

Mientras esperaba los resultados del proceso de adopción, la Licenciada apadrinó a niños de una casa hogar atendida por religiosas.

Durante este tiempo, le dijeron que no podía adoptar porque su esposo no era nacionalizado, por lo que ella le dijo a él que necesitaba tramitar su nacionalización; cuando por fin la obtuvo y la adopción prosiguió, le dieron resolución a su petición, y tras varios meses, resultó que por su edad sólo podía hacerse acreedora a un niño de 14 años o un niño discapacitado pero ella tenía la ilusión de un bebé de meses o de a lo mucho tres años para que se pudiera adaptar fácilmente a su familia, por lo que no lo quiso aceptar al sentirse incapaz de educar a un niño grande o educar a un niño con educación especial.

³⁶ (*) Su nombre verdadero es omitido por petición de la entrevistada, quien amablemente accedió a contar un poco de su vida para poder explicarnos su problemática con la adopción.

Tras el cansado proceso y resolución no exitosa para sus expectativas, decidió buscar por otros medios “ilegales” una adopción. Ahora está esperando a que alguna persona quiera regalar a su hijo recién nacido para poder adoptarlo y registrarlo como suyo. Hasta el momento le han dado noticias de una persona (empleada doméstica) que sí está dispuesta a regalar a su hijo pero la información sólo la ha obtenido por medio de intermediarios (dos primas de Vianey con la que trabaja la empleada doméstica) y hoy en día sólo está esperando a que se acerque la hora del nacimiento para saber si en realidad la madre biológica realmente lo quiere regalar.

Otra de las cosas que comúnmente sucede con los procesos es que las personas hacen sus solicitudes y tras dos años aproximadamente de papeleos, los padres que según recibirían a un niño de un año, resulta que ahora ya tiene tres años, esto debido al tiempo del proceso tan largo que se maneja dentro de la Institución tratada en este escrito.

A continuación se presentan los requisitos para poder adoptar a un niño o niña en los DIF y en la mayoría de las casas hogares a un niño o niña:

- Ser mayor de 25 años. Esta edad se ha ido modificando ya que en el Código Napoleónico se pedía la edad de 40 años mínimo y después en 1938 se redujo la edad a 30 años y a partir de 1970 disminuye a 25 años, la cual rige actualmente. Esta edad se establece con el fin de que las personas interesadas tengan ya un grado de madurez y conciencia para poderse hacer cargo de un niño o niña.

Tal vez el cambio de edades con el paso del tiempo, se explique con lo que Brena Sesma cita en su libro *Las adopciones en México y algo más* del Segundo Congreso Uruguayo de Ginecología, donde se establece que ‘las personas jóvenes son más flexibles y más fáciles de adaptar a una nueva situación, como lo que es la que les crea la presencia de un niño en el hogar, máxime si llevan años de casados y

están habituados a una vida independiente, muy distinta de la que luego tendrán que llevar para criar al hijo.³⁷

- Tener recursos económicos suficientes para poder ofrecerle todo lo necesario.
- Tener buena salud.
- Tener buena conducta.
- En caso de ser casado/a, ambos estar de acuerdo con el proceso de adopción.

Los procedimientos para poder adoptar a un niño o niña que el DIF señala en su página oficial y manuales de procedimientos oficiales de la unidad administrativa son:

- Asistir a una entrevista en el área de Trabajo Social de los Centros Nacionales DIF, donde se iniciarán los trámites,
- Presentarse en la Subdirección de Asistencia Jurídica para poder empezar a integrar los papeles necesarios para adoptar (lleva alrededor de 2 meses). La integración de los papeles consisten en:
 - *Presentar una carta manifestando que desean adoptar a un niño de manera voluntaria.
 - *Presentar dos cartas de recomendación que conozcan a los interesados.
 - *Una fotografía a color tamaño credencial.
 - *Diez fotografías a color tamaño postal del interior y exterior de la casa donde habitan los interesados.
 - *Certificado médico
 - *Constancia de trabajo (especificar puesto y sueldo)
 - *Comprobante de domicilio
 - *Identificación Oficial
 - *Llenar la solicitud de adopción proporcionada por el DIF

³⁷ Ibidem, P. 39

- Presentarse en el Centro Nacional en el departamento de Resolución Jurídica de Menores para realizar los valores y estudios Biopsicosociales (tardan 3 meses); en caso de ser aceptados ingresarán a las listas para asignarle a un niño.
- Asistir de 6 a 8 meses a la escuela de Padres Adoptivos
- Ya asignado el niño/a convivirán todos como una nueva familia que son (durante 3 meses), en lo que termina el proceso legal de adopción.
- “Una vez constituida la adopción, el Código Federal (401) señala que el juez remitirá copia de las diligencias al juez del Registro Civil para que éste levante el acta correspondiente”³⁸ y se establezca formalmente ante las autoridades al nuevo integrante como si fuera un hijo biológico.

Los tramites que se realicen, lleva aproximadamente seis copias de cada uno debido a que en todos los departamentos involucrados en procesos de adopción deben archivar una copia.

Todos estos pasos, presentados de forma resumida, llevan en total aproximadamente de año y medio a dos años; casi hasta que se concluye el trámite se le dice al que desea adoptar si en verdad son aptos para obtener al niño deseado o no, pero por lo mientras se quedan ilusionados y esperanzados en el pequeño, ya que la convivencia con ellos dentro del proceso de adopción los hace encariñarse.

Manuel Chávez Asencio, autor de *La Familia en el Derecho* y vocal investigador del Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana, dice con respecto a los procedimientos que se establecen para adoptar que ‘unos recomiendan menores requisitos para lograr rapidez en el trámite y facilitar la adopción como resultado, en beneficio de los adoptantes y del adoptado. Otros, estiman necesarios mayores requisitos en protección al menor, para impedir el tráfico ilegal de éstos;’³⁹ como ha sido el caso de algunas clínicas particulares en donde

³⁸ Ibidem, P. 57

³⁹ Ibidem, P. 34

engañan a las madres diciéndoles que sus hijos recién nacidos han muerto para posteriormente poderlos vender.

Leticia Dávalos (trabajadora social) comenta que los procesos establecidos por el DIF son necesarios “a pesar de ser un tanto tedioso; no es sino hasta que vives las cosas cuando las entiendes...Te encuentras parejas que son muy elitistas, que no quieren una niña o no quieren un morenito, etc., entonces, por esas razones debemos cerciorarnos con quiénes vamos a dejar a los menores;”⁴⁰ lo cual está muy bien que se hagan al pie de la letra los procesos pero en lo que se debe insistir es en la agilización de ellos para no perder tanto tiempo y los adoptantes no se desesperen.

Con referencia a la agilización de los procesos, la señorita Dávalos cuando tiene oportunidad de movilizar las solicitudes, una vez que analizó bien a las familias que desean adoptar, lo hace y en medio año a más tardar, resuelva las adopciones. Por ejemplo, en el mes de diciembre sólo ingresaron cuatro solicitudes de matrimonios que deseaban adoptar y ella en especial está llevando el caso de dos hermanos (una niña y un niño de un año y tres años) los cuales pretende que queden juntos en una familia teniendo como candidata a la Licenciada Vianey a la que finalmente no le regalaron el niño pero que ahora se le presentó la oportunidad de adoptar a los dos niños por la vía legal y sin procesos tardados.

⁴⁰ Ver entrevista completa con la trabajadora social, ubicada en Anexos.

CAPÍTULO III “PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA EL DIF A FAVOR DE LA ADOPCIÓN DE NIÑOS EN EL DISTRITO FEDERAL DURANTE EL 2009-2010.”

Las campañas sociales son de gran importancia ya que tienen la finalidad de hacer conciencia en las personas sobre algún problema dentro de la sociedad en la que viven.

“El desarrollo de la publicidad social en los últimos años obedece a factores como a la ola de liberalismo imperante, que ha logrado que muchas organizaciones que antes contaban del apoyo económico del estado, hoy en día deban realizar acciones para recaudar fondo, para lo que frecuentemente recurren a las campañas publicitarias;”⁴¹ las campañas sociales son realizadas con el fin de promover ideas para lograr un cambio social y así tener una acción por parte de un conjunto de personas.

En los dos capítulos anteriores se realizó una investigación con la finalidad de mostrar lo que hay detrás del tema a tatar dentro de la realización de la propuesta de campaña social que se está haciendo en el presente escrito.

Por medio de ésta propuesta se pretende fomentar e incrementar el interés en las personas para que adopten a un niño o niña en los DIF, ya que a lo largo del trabajo, se encontraron algunas problemáticas por el cual las personas no adoptan a los niños de ese tipo de Instituciones y prefieren obtenerlos por medio de otras vías que son ilegal pero a fin de cuentas válidas, ya que están en todo su derecho en obtener lo que desean en caso de que las autoridades no hagan algo por mantener su bienestar social.

A continuación se desarrollarán paso por paso los puntos más importantes que integran a la campaña social.

⁴¹ ROMERO, Op. Cit., P. 2

3.1. BRIEF

Toda campaña ya sea social o comercial debe tener un hilo conductor que contenga tanto información como acción. Es necesario primero recolectar la información necesaria (que por lo regular es obtenida gracias a las propias empresas para saber el porqué se están tomando nuevas decisiones) de la empresa o Institución a la que se le realizará la campaña para posteriormente ejecutarla.

El brief o briefing “es un conjunto de instrucciones y, por extensión, el documento que las contiene, en las que el anunciante define brevemente su producto y su mercado e indica los objetivos que se espera alcanzar mediante la campaña, objetivos que se refieren al producto, al mercado, a la publicidad o a los medios.”⁴² Cada empresa o agencia de publicidad maneja su briefing de diferente manera.

Algunos de los datos más importantes para realizar un brief son:

- Mes, día y hora de la realización y finalización de la campaña.
- Nombre del cliente y de la campaña.
- Público objetivo (sexo, edad, clase social, estilos de vida, etc.). Mostrar todo sobre el target al que se desea dirigir la campaña social.
- Qué tipo de campaña se realizará.
- Tipo de cobertura de la campaña, etc.

El contenido del brief según González Lobo en su libro *Manual de planificación de medios*, debe llevar lo siguiente:

- Un estudio del briefing, el cual debe ser revisado a fondo para poder saber cuál es el problema; revisar los antecedentes publicitarios para encontrar el punto maligno de la situación.

⁴² GONZÁLEZ, Lobo, Ma. Ángeles, *Manual de planificación de medios*, Madrid, P. 393

- Analizar la actividad publicitaria de la competencia para poder saber cómo moverse dentro del mercado; ver las debilidades y fortalezas de ellos para contemplar los posibles caminos a seguir.
- Definir los objetivos de mercado (ver a futuro sobre el impacto de la campaña).
- Recomendación de medios, donde se analizarán los medios que sean más adecuados al público objetivo.
- Presupuesto de medios para saber con cuánto dinero se cuenta para la realización de la campaña.
- Realización del calendario de inserciones para organizar la estrategia de los medios de comunicación.

Todos los pasos anteriores deben tener un seguimiento y actualizarlos para que las campañas logren tener el éxito previsto.

3.1.2 BRIEF CREATIVO DE LA CAMPAÑA

- **Cliente**

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) del Distrito Federal

- **Proyecto**

Generar una cultura de adopción de niños en el Distrito Federal.

- **Fecha de elaboración del brief**

27 de Noviembre del 2009.

- **Elaboró**

Martínez Torres Martha Piedad

- **Información general sobre la Institución**

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia mejor conocido como el DIF, es uno de los organismos públicos que pertenecen al Sistema Nacional de Asistencia Social, encargados de atender los problemas sociales en el país y dar dimensión a las políticas públicas en el ámbito social, como por ejemplo el abandono de niños, apoyo a familias de bajos recursos, salud, niños y jóvenes con problemas de drogadicción, etc. Esto según el artículo 4º de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social de 1986.

Su primer antecedente que nos muestra en su página de Internet, es en 1929, al crearse el programa Gota de Leche, donde asistían mujeres de bajos recursos para adquirir un poco de alimentación gratis y poderle ofrecer algo a sus pequeños. Poco tiempo después se crea la Asociación Nacional de Protección a la Infancia, quien era apoyada económicamente por la Lotería Nacional.

Ya para 1977 es creado por acuerdo presidencial, el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) gracias a la fusión de la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez (1968) y por el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (1961), los dos orientados al cuidado de los niños abandonados, discapacitados y con algunas enfermedades. Éstas Instituciones fueron de mucha ayuda para la sociedad y por eso se decidió fusionarlas para crear una sola y así se pudieran seguir dando los mismos servicios.

El DIF es un hogar sustituto para los niños, ya que es una Institución de servicio social atendida por el Estado con la colaboración de la sociedad a favor del niño abandonado colocándolos de forma temporal en esos lugares, ofreciéndoles: comida, cobijo, ropa, educación, y lo más importante, haciéndoles

sentir que tienen una nueva familia que les dará amor, pero no es lo mismo darle atención, cuidados y amor a un niño que a cincuenta niños al mismo tiempo.

- **Producto Social:** Es generar una cultura de adopción dentro del Distrito Federal. Ésta situación, está ligada a los procesos prolongados para llegar a la adopción.
- **Precio:** La satisfacción de ayudar a un niño que no tiene familia y a una familia que desea un niño.
- **Plaza:** Las estrategias publicitarias son utilizadas de forma masiva para poder hacerle llegar a gran población del Distrito Federal la nueva cultura de adopción que se pretende implementar.
- **Promoción:** Se refiere a todas las cosas que la institución pretende hacer con su público objetivo como el informarle, persuadirlo, concientizarlos, entre otros., para así, poder obtener un bien social.
- **Proceso:** Son todos los pasos que deben seguir las personas interesadas en adoptar a un niño para poder conseguir su objetivo, que en éste caso es concretar y asegurar la adopción. Todos esos pasos son las pláticas, los talleres, los carteles, las inserciones, entre otros.
- **Personal:** Poder aumentar la adopción por medio de un servicio eficiente, sin tantas barreras.
- **Presentación:** Las Instituciones DIF y las Delegaciones del Distrito Federal principalmente, ya que en éstos lugares es donde se tendrá un contacto más directo con el público objetivo.
- **Situación actual del problema**

En México existen muchos niños que se encuentran en casas hogares del DIF esperando a ser parte de una familia y existen familias que están en espera de

una solución favorable sobre la adopción. El problema de que no se den tantas adopciones es porque el gobierno no se ha puesto a revisar los procesos tan tardados que tiene y esto hace que las personas se desesperen y terminen por ya no seguir insistiendo en una adopción.

- **Objetivo de mercado**

Restablecer la confianza en el DIF para poder adoptar a los niños y niñas en esa Institución.

- **Objetivo de comunicación**

Comunicar que el DIF está trabajando en una nueva cultura de adopción en México y por eso se pretende generar una cultura adoptiva de niños.

- **¿Por qué nos estamos anunciando?**

Se desea restablecer la confianza en los procesos de adopción en los DIF para incrementar las adopciones de forma legal.

- **Target**

Hombres y mujeres de 25 a 35 años de edad, que tengan un trabajo estable y vivan económicamente bien, sin carencias.

Deben ser personas con valores familiares bien definidos y con muchas ganas de formar o tener una familia con mucho amor y unión.

Las personas deben vivir en cualquier zona del Distrito Federal.

- **¿Qué piensan actualmente de la Institución?**

Actualmente las personas han perdido un poco de confianza en los procesos de adopción del DIF, ya que son muy tardados; por este motivo, prefieren obtener a

sus nuevos hijos por medio de formas ilegales o irse a Instituciones dónde se adopta de forma más rápida.

- **¿Qué queremos que el servicio represente a largo plazo?**

Que sea un servicio rápido a la hora de realizar los trámites de adopción.

- **¿Qué sentimiento queremos provocar en el consumidor?**

Provocar un sentimiento de confianza para incentivar a los futuros padres que realicen sus trámites en los DIF al saber que ya no es tan difícil adoptar a un niño o niña en estos lugares.

- **Elemento clave para comunicar**

La nueva cultura que el gobierno pretende generar y la falta de la misma dentro de la sociedad mexicana del Distrito Federal.

- **¿Por qué?**

Es necesario que se fomente en nuestra sociedad una cultura de adopción para poder terminar con muchos males que la aquejan como lo son: el robo de niños, abandono de niños, etc., por ese motivo es importante la confianza que el DIF debe establecer entre los adoptantes para poder incentivar y animar a las personas a realizar esa acción de ayudar a ser feliz tanto al niño como a la persona que lo adopte; es una acción que beneficia a ambas partes.

- **Personalidad**

Es una mujer de 30 años, con mediana estatura, de piel moreno claro, cabello quebrado y un poco largo. Tiene estudios de licenciatura y trabaja en una empresa. Es muy protectora y le gusta ayudar a los demás. Siempre ha soñado

con tener una familia y darle todo su amor. Considera que la familia es lo más importante que puede tener el ser humano.

- **Tono**

Emotivo, casa/hogar.

- **Mandatorios**

El DIF del Distrito Federal está trabajando en una nueva cultura de adopción. Para mayores informes consulta www.dif.sip.gob.mx/

- **Medios**

Trípticos

Carteles

Conferencias

Talleres

Revistas

Radio

Televisión

Internet

- **Presupuesto / Tiempos**

La campaña durará 6 meses (Noviembre del 2009 a Abril del 2010).

Presupuesto: 622,108.00 para toda la campaña de 6 meses.

F O D A

FORTALEZAS:

Es una Institución perteneciente al gobierno que les proporciona ayuda a las personas para darle solución a problemas sociales sin fines de lucro, sin ningún costo o a bajos costos.

OPORTUNIDADES:

Cuenta con el apoyo de los gobiernos (Federales y Estatales) poder seguir ayudando a las personas sin discriminar. Algunas Empresa e Instituciones también lo hacen para beneficiar y así combatir los distintos males que aquejan a la sociedad mexicana como: salud, pobreza, violencia, etc.

DEBILIDADES:

Tener tiempos y procesos tardados para poder resolver la decisión final de la adopción a los futuros padres adoptivos.

AMENAZAS:

Existen otras Instituciones que al igual que el DIF, brindan diversos tipos de apoyos en donde, en el caso de las adopciones, los trámites son mucho más fáciles y menos tardados que en el propio DIF; lo que hace que las personas busquen en otros lugares u otros medios para conseguir la adopción o el tener a un niño y quererlo como un hijo natural.

3.2. CONCEPTO CREATIVO

Está constituido por un equilibrio entre el mensaje y la imagen, éste debe realizarse con un lenguaje sencillo, ser positivo y tocar las fibras sensibles de cada uno de las personas a las que se dirige la campaña; por lo regular, las imágenes no deben utilizar colores agresivos sino todo lo contrario, colores pasteles.

El concepto creativo es uno de los pasos más importantes ya que sirve para atrapar al público al que pretende estar dirigida la campaña social y sobre todo, proporcionarle una buena imagen a la Institución.

Como su nombre lo dice, el concepto debe estar plasmado en una serie de palabras que definan nuestra campaña publicitaria social y en este caso es dar a conocer que un niño (a) quiere *ser parte de una familia*. Aquí se mezclan la nueva cultura de adopción que quiere implementar el DIF donde el niño selecciona a la familia a la que quiere pertenecer siendo los probables adoptantes los que puedan lograr conseguirlo.

En el concepto creativo está implícita la palabra *ayuda* debido a que es la más significativa (según los resultados arrojados de la investigación de mercado) para las personas que desean una adopción, ya que la consideran como un acto de ayuda mutua en donde los adultos ayudan a un niño a formar parte de una familia que les proporcionará amor y protección, y los niños les ayudan a formar una familia o completar a la familia que siempre han deseado tener.

3.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado “vincula a la organización con su medio ambiente de mercado. Involucra la especificación, la recolección, el análisis y la interpretación de la información para ayudar a la administración, a entender el medio ambiente, a identificar problemas y oportunidades y a desarrollar y evaluar cursos de acción de mercadotecnia.”⁴³

Es una herramienta que sirve para poder saber qué es lo que el target está pidiendo, el saber cómo están las cosas con el producto y qué les gustaría que se mejorara. Identifica los problemas y las posibles soluciones de las campañas anteriores o en curso.

⁴³ LUQUE, Teodoro, *Investigación de marketing*, España, P. 15

De acuerdo a las investigaciones que se realicen se tienen que buscar las diferentes herramientas, métodos y técnicas que nos servirán para poder comprobar nuestra hipótesis y así, poder obtener un conocimiento objetivo y completo del fenómeno estudiado. En el caso específico de la investigación social, también sirve para detectar otros problemas sociales ligados al público objetivo al que se piensa dirigir la campaña.

Se pueden obtener dos tipos de información: la primaria y la secundaria. La primera se obtiene mediante cuestionarios, observación ordinaria, entrevistas, etc.; la segunda mediante la investigación de fuentes documentales. Esta información será almacenada y depurada.

Las mediciones cuantitativas y cualitativas pertenecen a la estadística descriptiva. “La cuantificación no hace más que lograr una mayor precisión y confiabilidad de la medición de las cualidades que se considera que son importantes...El proceso de lograr precisión lleva a aclarar las ideas y ayuda a remodelar el conocimiento sustantivo.”⁴⁴

La medición cualitativa está más orientada a distinguir una clase de objetos de otra “no según su magnitud sino por calidad o especie. Se pueden distinguir entre varones y mujeres, protestantes y miembros de otros grupos, rubias y morenas. En esta clase de medición no hay subyacente ningún más ni menos de alguna dimensión”;⁴⁵ por lo que ambas, cuantitativas y cualitativas, son complementarias para una buena investigación de mercados.

En conclusión la investigación de mercados es el conjunto de técnicas que nos sirven para recolectar información para profundizar en los hábitos de consumo de un grupo en específico y tomar así las decisiones coherentes, dicha investigación nos sirve para:

- Conocer al consumidor.
- Disminuir riesgos.

⁴⁴ GOODE, William, *Métodos de investigación social*, P. 383

⁴⁵ LABOVITZ, Sanford, *La investigación social y sus aplicaciones*, P. 62.

- Información y análisis e los datos, vamos a lograr profundizar y conocer los hábitos de consumo.

Algunas de las formas más comunes y utilizadas por los mercadólogos para recopilar información son:

- Entrevista en profundidad: Se realiza con el fin de conseguir información a mayor profundidad. Es una tipo charla entre el entrevistado y el entrevistador.
- Entrevista en grupo (focus group): Es una entrevista no estructurada, la cual es llevada por un coordinador o moderador para poder establecer un orden entre las opiniones de los diferentes participantes (de 8 a 12 personas). Este grupo de personas deben tener características similares (demográficas y socioeconómicas).

3.3.1. ENCUESTA

Las encuestas tienen por objetivo obtener información estadística definida, mientras que los censos y registros vitales de población son de mayor alcance y extensión. “Es uno de los métodos más utilizados en las investigaciones sociales. Su función consiste en recabar información verídica y pertinente sobre un fenómeno social; se busca recabar los datos que parecen típicos del grupo al cual se investiga”⁴⁶. En investigación de mercados se usa para obtener información específica sobre el mercado meta o la visión de los consumidores sobre un producto o servicio.

⁴⁶ DIETERICH, Heinz, *Nueva guía para la investigación científica*, P.164.

Ésta se puede dividir en:

- El Cuestionario: “Es una herramienta fundamental en la investigación... Todo proceso de interrogación a personas supone un diálogo que puede tomar formas muy diversas...Es un instrumento estructurado que sirve para recoger datos que respondan a las necesidades de la investigación mediante una lista de preguntas, escritas o verbales, que se hacen al entrevistado para que las conteste.”⁴⁷ Dentro de este tipo de obtención de información, existen varios tipos de preguntas:
 - *Preguntas cerradas: Sólo se permite un Si o un No, lo que facilita la codificación de los datos.
 - *Preguntas con opción múltiple: Se establecen una serie de respuestas para que el entrevistado pueda sentirse un poco más libre a la hora de seleccionar.
 - *Preguntas abiertas: Permiten que el entrevistado se exprese a la hora de responder, pero a la hora de codificar los datos, es más difícil que los demás tipos de preguntas.
- Encuesta postal: Consiste en enviarle a las personas indicadas por correo un cuestionario para que las respuestas sean enviadas por el mismo medio. No se tiene ningún contacto directo con el entrevistado, ya que solo existe el escrito entre los dos.

En el presente trabajo los dos tipos de recopilación de información que se utilizarán para poder obtener datos relevantes del target serán el cuestionario y la entrevista a profundidad. Todos los datos obtenidos servirán para identificar lo que nuestro target espera sobre el tema de las adopciones en México y ver la situación actual del problema social.

Con todo lo anterior, se podrá obtener un análisis detallado para poder realizar una campaña social con un porcentaje elevado de aceptación y cambio

⁴⁷ LUQUE, Op. Cit., P. 123-124.

social en la forma de actuar y pensar de las personas a las que va dirigida la campaña.

MODELO DE ENCUESTA

La presente encuesta es con el fin de proponer una nueva campaña para fomentar una nueva cultura de la adopción en el Distrito Federal.

Nombre del encuestado: _____ Edad: _____ Sexo: M F
Delegación: _____ Colonia: _____

Subraye o encierre la respuesta de las siguientes preguntas:

1. Tus ingresos familiares mensuales ascienden a:

- a) \$5000 a \$10 000
- b) \$10 000 a \$25 000
- c) \$25 000 a \$35 000
- d) \$35 000 a \$45 000
- e) Más de \$45 000

2. ¿Qué nivel de estudios tienes?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Preparatoria o equivalente
- d) Licenciatura
- e) Maestría o Posgrado
- f) Otro. Especifica _____

3. Vives en:

- a) Casa propia
- b) Casa rentada
- c) Con familiares
- d) Con compañeros

4. Tienes hijos:

- a) Sí
- b) No

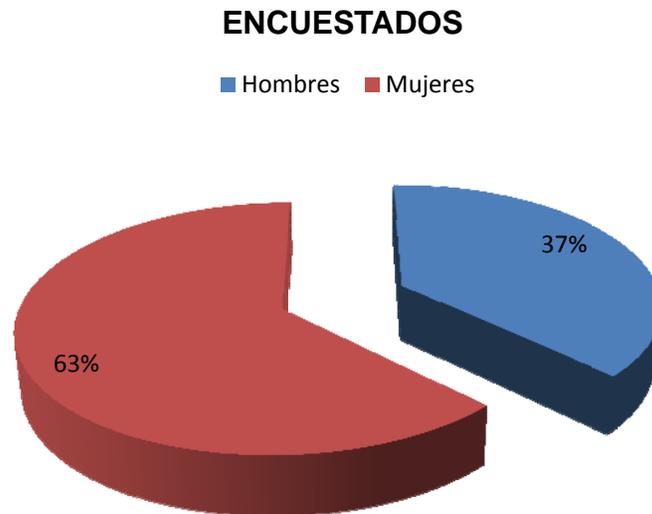
5. ¿Cuántos?

- a) 1 a 3
- b) Único
- c) Más de 3

Ellos representan una parte de la población a la que se pretende dirigir la campaña tratada en el presente escrito.

Las gráficas y los resultados que se desprenden de ellas, son de gran ayuda para analizar y desarrollar la campaña para fomentar la adopción de niños dentro del Distrito Federal.

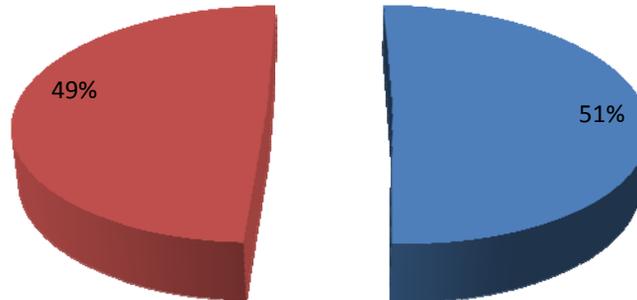
A continuación se presentan cada una de las preguntas aplicadas en el cuestionario con su respectivo análisis.



GRÁFICA 1: Del total de los encuestados, 56 fueron hombres y 94 mujeres. Comprobando una vez más que existen más mujeres que hombres y observando que ellas son más accesibles para contestar con paciencia una encuesta que ellos. Las encuestas fueron realizadas en algunos DIF, con personas que han querido adoptar y han adoptado, pero sobre todo, con personas que están pensando en su futuro profesional y personal de la zona del Distrito Federal dentro de las delegaciones Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón, Miguel Hidalgo, etc.

RANGO DE EDADES

■ 25-29 años ■ 30-35 años

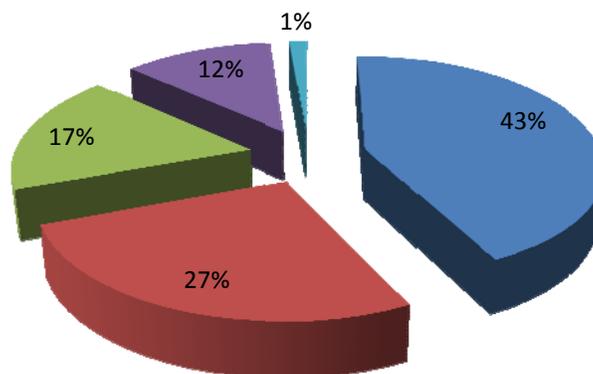


GRÁFICA 2: Los rangos de edades se dividieron: 25-29 fueron 76 encuestados y de 30-35 fueron 74 encuestados; prácticamente los dos rangos estuvieron muy parejos y la mayoría de las mujeres eran las pertenecientes al primer rango y algunos hombres pertenecientes al segundo rango. Las edades fueron tomadas en cuenta debido a que las investigaciones dentro de la tesis mencionan que a partir de los 25 años el ser humano ya tiene un grado de madurez aceptable y porque a partir de esa edad se permite adoptar a un niño o niña.

1. Tus ingresos mensuales familiares ascienden

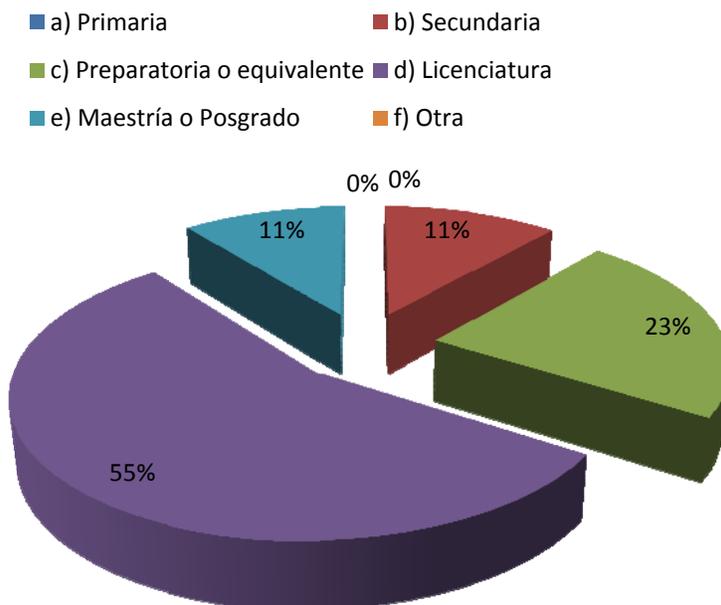
a:

■ a) \$5,000-\$10,000 ■ b) \$10,000-\$25,000 ■ c) \$25,000-\$35,000
■ d) \$35,000-\$45,000 ■ e) más de \$45,000



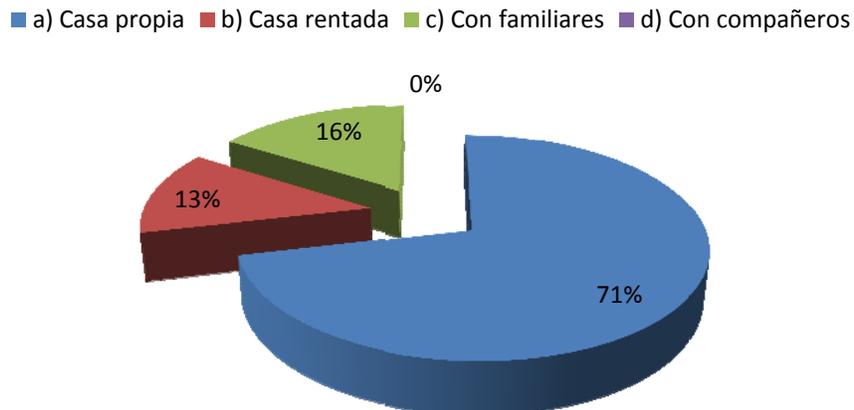
GRÁFICA 3: Los resultados arrojados nos indican que la gran población (64 personas) ganan ingresos mensuales de 5 mil a 10 mil pesos el cual es un ingreso un poco bajo, indicando que la crisis sigue presente en nuestra sociedad; 40 personas ganan de 10 a 25 mil, 26 ganan de 25 a 35 mil, 18 ganan de 35 a 45 mil y sólo 2 personas ganan más de 40 mil pesos.

2. ¿Qué nivel de estudios tienes?



GRÁFICA 4: Más de la mitad cuentan con estudios de licenciatura (83 personas), le sigue la preparatoria o equivalente (34 personas), estudios de secundaria (17) y maestría o posgrado (16 personas). Lo que significa que actualmente ya la mayoría de la población está procurando terminar una licenciatura para poder obtener un trabajo digno y con un sueldo estable. Ya no se tiene el pensamiento de que las mujeres sólo deben dedicarse al hogar sino que al igual que los hombres, ya se preocupan por salir adelante y obtener un ingreso y un puesto dentro del campo laboral. Es ver la apertura del pensamiento y la toma de decisión propia de la mujer mexicana.

3. Vives en:

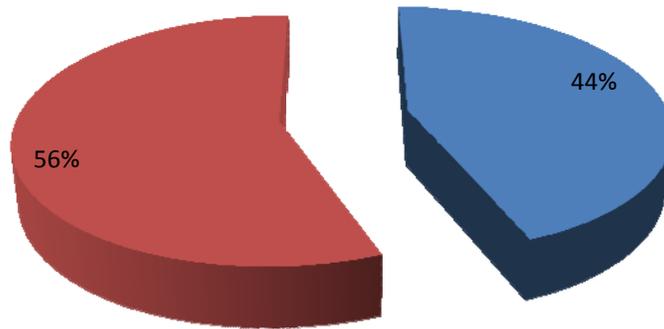


GRÁFICA 5: 107 personas cuentan con su casa propia y la mayoría son los que tienen más de 30 años; 24 viven con familiares que son los hombres y mujeres que tienen entre 25 - 29 años que

no están casados, y 19 personas habitan casas rentadas los cuales no están casados y tienen poco tiempo trabajando pero les gusta ser independientes.

4. ¿Tienes hijos?

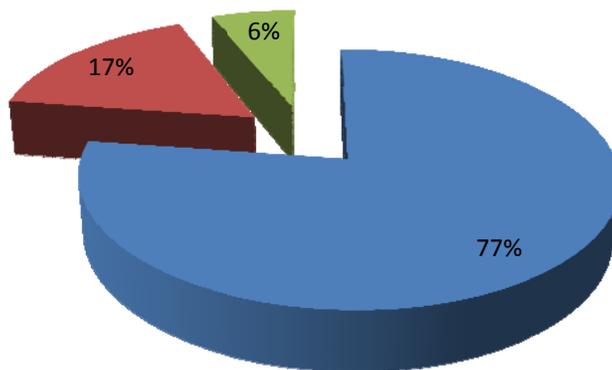
■ a) SI ■ B) NO



GRÁFICA 6: 84 personas no tienen hijos y 66 sí los tienen. Son pocas las personas que menores a 30 años tienen descendientes ya que la mayoría de los encuestados con hijos, tienen más de 33 años.

5. ¿Cuántos?

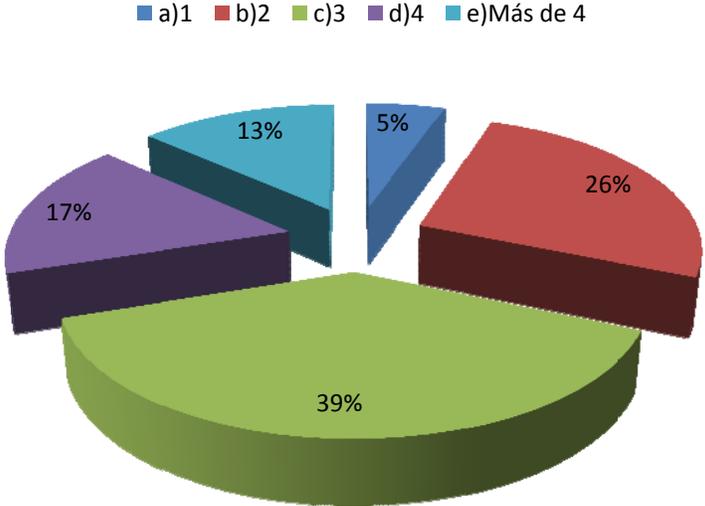
■ a) 1-3 ■ b) Único ■ c) Más de 3



GRÁFICA 7: Del total de las personas con hijos, 51 tienen de uno a tres niños, 11 tienen hijos únicos y 4 cuentan con más de tres. Cinco personas de las encuestadas contestaron que los dos hijos que tienen son adoptados y fueron por la vía legal (DIF), ya que una vez que han adoptado, es más fácil volver adoptar, ellos comentaron. Otra de las cosas a destacar es que la población

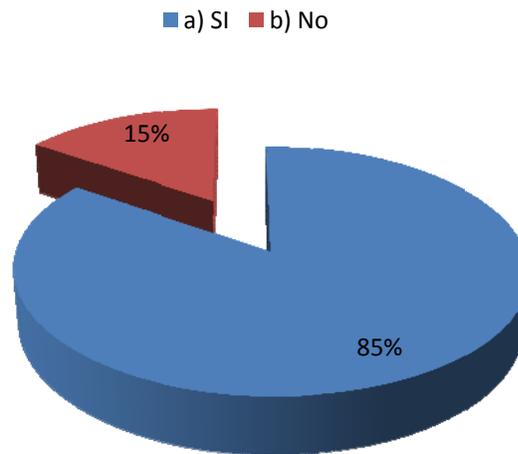
mexicana de matrimonios jóvenes, están planificando su familia y ya no tienen hijos solo por tenerlos, piensan más en la situación laboral y económica por la que está pasando nuestro país.

6. Cuántas recámaras tiene tu casa?



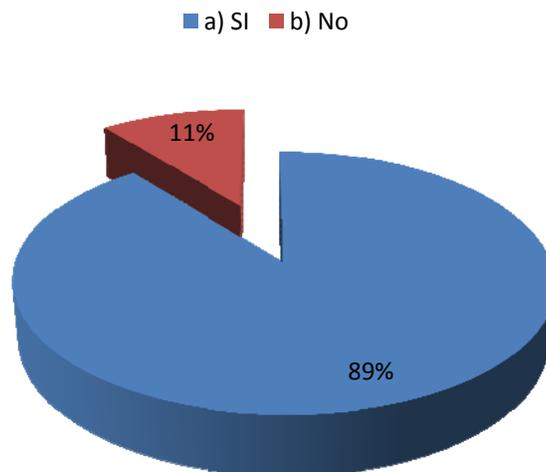
GRÁFICA 8: Casi la mitad de las personas que rentan (8) cuentan con una recámara porque son ellos únicamente; 39 personas tienen dos recámaras que son algunos de los matrimonios con un hijo; la mayoría de los encuestados (58) cuentan con tres recámaras y son algunos de los matrimonios que tienen dos hijos; encuestados con cuatro recámaras (25) y más de cuatro (20) son personas que tienen dos o más de tres hijos y algún familiar viviendo con ellos, por ejemplo a sus papás.

7. ¿Provienes de una familia unida?



GRÁFICA 9: La mayoría del público encuestado sí proviene de una familia unida (127) y personas que dijeron que no (23) es porque provienen de padres divorciados, pero realmente son muy pocas las personas las que piensan eso. En algunos casos, aunque sus padres se divorciaron, contestaron que sí provenían de familia unida porque su mamá o papá junto con abuelitos o tíos les dieron todo el amor necesario para que no se sintieran abandonados por alguno de sus padres.

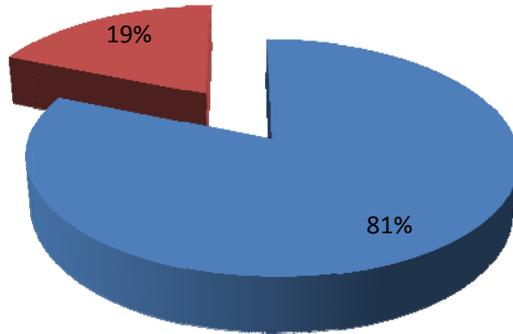
8. ¿Tus padres siempre estuvieron al pendiente de tu educación y bienestar?



GRÁFICA 10: Sigue siendo la mayoría de las personas a las que sus padres siempre estuvieron al pendiente de ellos (134); pero 16 personas contestaron que no, viendo que algunos de los que contestaron que no provienen de familia unida, sus padres sí estuvieron al pendiente de ellos dándoles estudios, pero por el simple hecho de que no tenían a su padre o su madre, consideran que no tenían una verdadera familia, aunque su mamá o papá procuraban hacerlos sentir bien y ver que nunca les faltara nada; esto significa que a un ser humano no se le puede reemplazar el amor por algo material.

9. ¿Estarías dispuesto o dispuesta a adoptar un niño (a)?

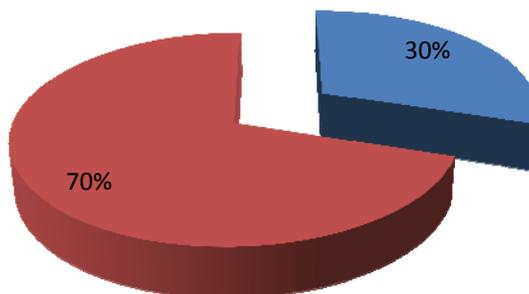
■ a) SI ■ b) NO



GRÁFICA 11: Esta pregunta es de las claves para la decisión de fomentar la cultura de la adopción dentro del Distrito Federal, ya que los resultados arrojaron que la mayoría de los encuestados (122) sí desearían adoptar y sólo 28 personas comentaron que no y todos los que contestaron de forma negativa fueron hombres mayores a 33 años que ya contaban con hijos. También, comentarios que realizaron algunos hombres que sí adoptarían, lo harían siempre y cuando ya tuvieran a un hijo(a) de forma biológica, esto podría ser visto como marcar su descendencia sanguínea. Las personas de 25 a 32 años que apenas están pensando en formar una familia y que están solteros, son las claves para generarles la cultura de la adopción, ya que dentro de sus futuros planes sí actuarían para bien de ellos y de la sociedad.

10. ¿Deseas adoptar porque no puedes tener hijos de forma biológica?

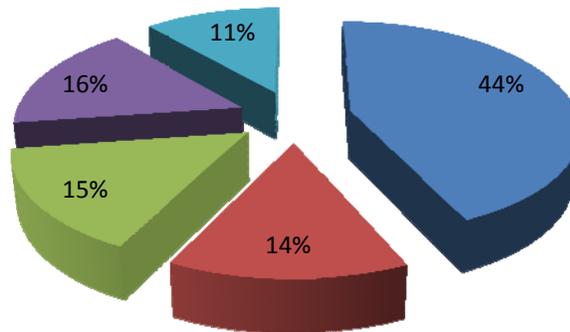
■ a) SI ■ b) NO



GRÁFICA 12: Esta pregunta la contestaron las 150 personas y se observa que la mayoría de la población (105) adoptaría porque desea ayudar y proporcionarle amor a algún niño desamparado; sin embargo, 45 personas de las que sí adoptarían es porque tienen problemas de forma biológica y no pueden tener hijos, desean formar una familia. Estas 45 personas son mujeres, lo que significa que dentro de la población hay más mujeres con este tipo de problema biológico que en los hombres.

11. ¿Qué es para ti la adopción?

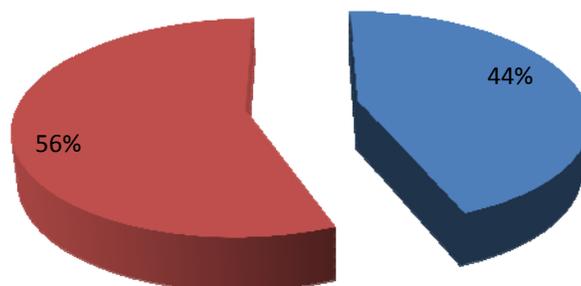
■ a) Amor ■ b) Felicidad Familiar ■ c) Ayuda ■ d) Protección ■ e) Unión Familiar



GRÁFICA 13: Esta es otra de las preguntas clave para seleccionar el concepto creativo de la campaña, ya que son las palabras más significativas para las 150 personas sobre la adopción. En primer lugar con 65 votos seleccionaron la palabra amor, enseguida (24) protección, (23) ayuda, (21) felicidad familiar y (17) Unión familiar. Las 4 palabras después de amor, tuvieron un puntaje muy parejo, sin embargo, todas son desprendidas de la palabra amor y los tres primeros lugares, serán tomadas en cuenta para la realización de la campaña.

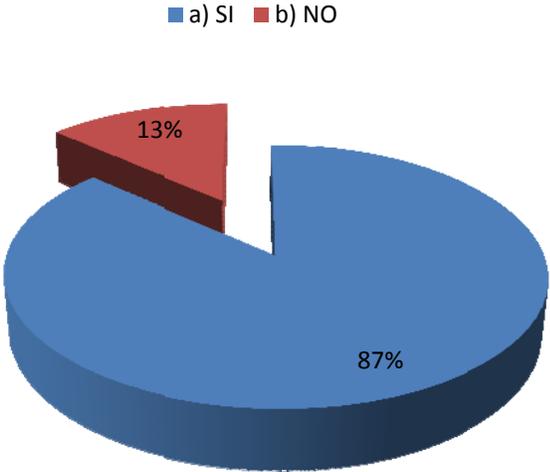
12. ¿Aceptarías la adopción de un niño (a) con discapacidad o alguna enfermedad mortal como el VIH?

■ a) SI ■ b) NO



GRÁFICA 14: De las 122 personas que sí estarían dispuestos a adoptar, sólo 66 de ellos aceptarían a un niño con alguna enfermedad y 84 personas de las 150 encuestadas, no los adoptarían. Algunos de los que contestaron de forma negativa comentaban que a lo mejor si tuvieron los suficientes recursos económicos sí lo harían para poder darle todas las atenciones necesarias que ese tipo de niños merece y otra de las respuestas comunes, fue que sería difícil porque una vez encariñado con un niño, no les gustaría que se les muriera, ya que ellos los están adoptando para ser una familia feliz para toda la vida; pero aún así, más de la mitad de las personas dispuestas a adoptar se atreverían hacer feliz y darle amor por poco tiempo a un niños con alguna enfermedad.

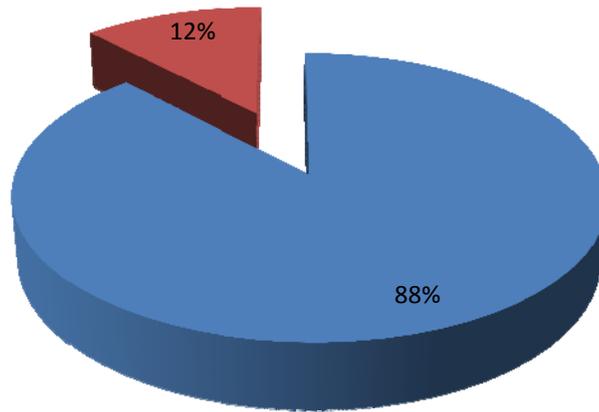
13. ¿Realmente podrías darle un amor incondicional a un niño adoptado?



GRÁFICA 15: 130 personas sí podrían darle amor a un niño adoptado y 20 personas no. Del total que no estaría dispuesto adoptar contestaron que sí podrían darle amor a un niño pero no está en sus planes hacerlo y una vez más, fueron hombres los que dijeron esa respuesta. Independientemente de que si las personas desean adoptar o no, en nuestro país todavía existen personas con un buen corazón y dispuestas a compartir ese amor con los demás.

14. ¿Cuentas con principios éticos para poder darle la mejor educación a un niño adoptado?

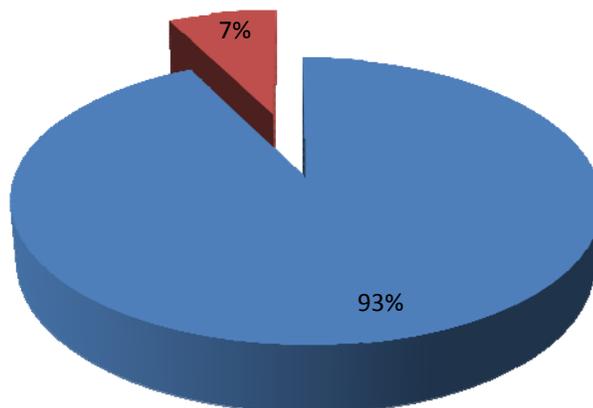
■ a) SI ■ b) NO



GRÁFICA 16: 132 encuestados contestaron que sí pueden educar a un niño con ética y 18 respondieron que no. Al igual que en la pregunta pasada, personas que no desean adoptar, contestaron que si tienen ética para sus hijos biológicos pero para adoptados no.

15. ¿Te gustaría que el DIF modificara sus procedimientos y tiempos para poder facilitar las adopciones en sus Instituciones?

■ a) SI ■ b) NO

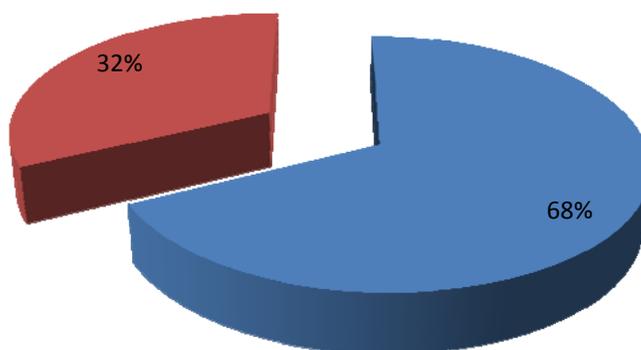


GRÁFICA 17: 139 personas respondieron que sí desean cambiar los procedimientos de la Institución y 11 contestaron que no. Personas de las que no desean adoptar, les gustaría que el DIF modificara sus procedimientos aunque ellos no adoptarían, ya que piensan que la Institución

debe facilitar más los procesos debido a que hay muchos niños que desean una familia y familias que desean darle amor a un niño.

16. ¿Qué le propondrías al DIF?

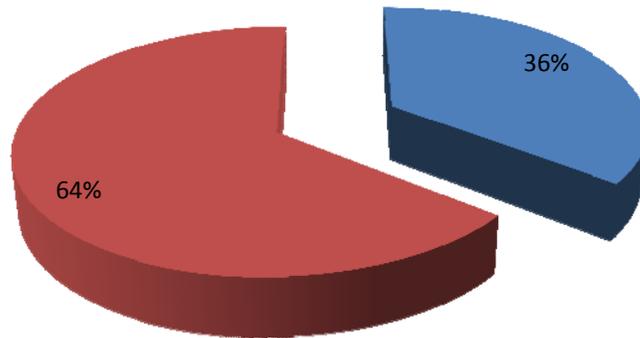
- a) Agilizar los procesos de adopción
- b) Permitir que personas entre 35 a 40 años puedan adoptar a niños menores a 3 años para que se logren adaptar a sus nuevas familias de forma más rápida.



GRÁFICA 18: 94 seleccionaron la primera opción. En su mayoría fueron personas menores a 30 años; y 45 seleccionaron la segunda opción, que fueron personas mayores a 30 años, ya que ellos estaban más cercanos de la edad que marca la segunda opción para poder adoptar a niños menores a 3 años. De la primera opción se desprende la segunda ya que si los tiempos se acortan, habrá más posibilidades de obtener a un niño más rápido y que su edad no haya incrementado durante ese tiempo del proceso.

17. ¿Estarías dispuesto o dispuesta a adoptar una niña o niño de forma ilegal (regalado o a cambio de algo monetario/material)?

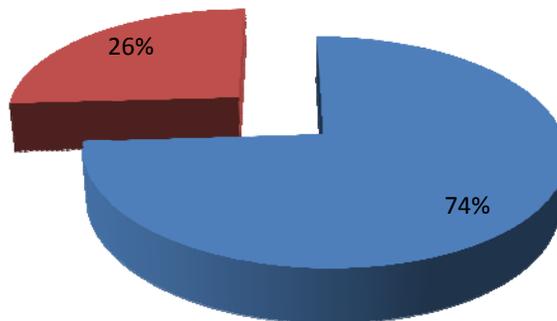
■ a) SI ■ b) NO



GRÁFICA 19: Esta pregunta fue contestada por 132 personas de las 150 encuestadas, de las cuales 47 respondieron de forma afirmativa y 85 de forma negativa. Diez hombres de los que respondieron que no adoptarían, seleccionaron que de forma ilegal sí aceptarían a un niño, no lo rechazarían y lo educarían como uno más de sus hijos, ya que no pasarían por tantos trámites tan enredados. También todas las personas que de forma biológica no pueden tener hijos, contestaron que sí adoptarían de forma ilegal; de ellos son tantas las ganas de obtener a un pequeño que nos les importaría el medio por el cual lo obtendrían.

18. ¿Estarías dispuesto o dispuesta a adoptar aunque ya anteriormente tu solicitud haya sido negada?

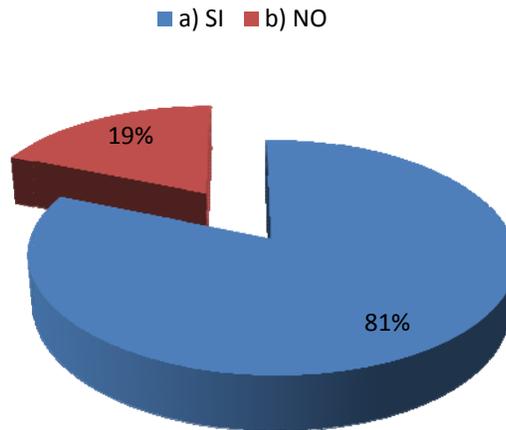
■ a) SI ■ b) NO



GRÁFICA 20: Esta fue otra de las preguntas que contestaron los 150 encuestados, donde 111 personas no se dejarían vencer e insistirían en volver a meter solicitud y 39 personas

definitivamente no insistirían; aún así, es muy alto el porcentaje de las personas en volver a ingresar a los procesos y tiempos tan prolongados del DIF, lo que significa que en verdad muchas personas desean de corazón obtener a un niño de forma legal.

19. ¿Asistirías a talleres interactivos y pláticas sobre adopción impartidos por el DIF?



GRÁFICA 21: Las 122 personas que sí adoptarían son las que asistirían a los talleres y las 28 personas que no adoptarían, simplemente no asistirían a ningún taller ni plática. A los posibles adoptantes les gustaría estar bien informados y educados sobre el trato que se le debe dar a un niño adoptado para que se sienta parte de una nueva familia que ya está formada.

3.3.3 ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Los resultados arrojados en las encuestas permiten visualizar que es posible desarrollar una cultura de adopción dentro del Distrito Federal ya que la mayoría de los encuestados sí aceptarían integrar a su familia un niño adoptado.

El motivo principal del porqué no lo han hecho, se debe a que por la vía legal saben que los trámites y procesos para adoptar por parte del DIF en el Distrito Federal son muy tardados, provocando en ellos desconfianza en no adoptar dentro de éstas Instituciones, aunque aquellos que saben sobre los procesos (menos complicados y tardíos) en otros lugares fuera de la zona donde viven como las casas hogares o en el propio DIF del Estado de México prefieren hacer sus solicitudes ahí, adaptándose a las condiciones que les piden, por

ejemplo, el vivir mínimo tres meses dentro de la zona donde están solicitando la adopción.

Personas, no mayor al 50% de los encuestados, aceptarían adoptar por medio de la vía no legal. Son parejas que no pueden tener hijos y que han tratado de adoptar por la vía legal sin ningún éxito, debido a que les ponen muchas barreras. El otro tipo de personas que adoptarían ilegalmente son las que no aceptarían una adopción legal debido a que los trámites son muy tardados pero que si les ofrecen un niño regalado o a cambio de algo (sin mayor esfuerzo) no se negarían a aceptarlo.

Con lo anterior, se comprueba una vez más que la mayoría de los mexicanos son de buena actitud para ayudar a los demás pero siempre y cuando no les cueste mucho llegar a conseguirlo.

Miembros de nuestra sociedad consideran que cuentan con valores éticos y educación para poder transmitirlos a los niños que no saben lo que es tener una verdadera familia, un papá o una mamá. Estas personas son en su mayoría matrimonios jóvenes o personas que están planeando su futuro familiar, ya que los matrimonios consolidados y con más de dos hijos, se resisten a la idea de poder adoptar debido a la situación económica por la que pasa el país. En la actualidad, la mayoría de las familias están formadas por cuatro integrantes: papá, mamá y dos hijos; es el estándar que se maneja en la formación familiar.

Lo anterior significa que los tiempos han cambiado, las personas con un nivel socioeconómico medio, nivel licenciatura y posgrado piensan más en su planificación familiar según sus roles sociales y familiares que desempeñen, debido a que hoy en día tanto hombres como mujeres trabajan para obtener un nivel de vida estable.

El amor, la ayuda y protección es lo que representa para los encuestados la adopción; piensan que es una mutua ayuda ya que los adoptantes le proporcionan la oportunidad a un niño de pertenecer a una familia y los adoptados le dan a

oportunidad a los adoptantes de realizar su sueño de formar una familia y contar con un hijo al que le darán todo el amor y comprensión que necesite.

Todos los encuestados (quieran o no adoptar) conocen que los procesos de adopción son muy tardados dentro del Distrito Federal en los DIF y consideran que los trámites deben ser agilizados debido a que hay muchos niños que necesitan de una familia y que hay muchas familias que aceptarían o andan buscando conseguir una adopción. Si el gobierno le pusiera más énfasis a estas peticiones le beneficiaría también a él porque ya no gastaría en tanta manutención de niños y se disminuiría un problema social.

3.4. RACIONAL CREATIVO

Para la presente campaña social se proponen 3 bajadas o caminos creativos con el mismo concepto y la cuarta imagen es la bajada definitiva. Todas muestran una mayor importancia sobre los niños que desean pertenecer a una familia, enfocándose a la nueva cultura de adopción que el DIF pretende implementar, donde los niños seleccionarán a las familias y no las familias a los niños.

La frase propuesta para la campaña es: *Quiere ser parte de tú familia...Ahora es más fácil lograrlo*; ya que se está tomando en cuenta lo que

significa la nueva cultura de adopción en México y lo que significa para la mayoría de los encuestados la adopción.

La frase *Quiere ser parte de tú familia* pertenece a la nueva cultura de adopción donde el niño selecciona a las familias; él quiere pertenecer a esa familia que ve o se imagina y también se refleja el significado de la adopción según la investigación de mercado (la palabra ayuda). El *Ahora es más fácil lograrlo*, sigue estando relacionada con la nueva cultura de adopción en donde el DIF se encargará de apresurar y revisar todos los procedimientos para poder acortar los tiempos de la adopción en los DIF.

Todas las imágenes tienen hasta abajo un mandatorio que es la información relacionada con el DIF y se mantienen los colores utilizados por la Secretaría de Salud porque la propuesta de campaña social del presente trabajo está pensada para esa Institución.

Primera Imagen:

Se trata de una niña que se encuentra dentro de las Instituciones del DIF que ve a través de una ventana a una familia muy contenta, a la cual ella quisiera pertenecer, le gustaría estar con ellos jugando libremente en ese parque y ellos a su vez ven a la niña con una gran sonrisa porque quieren que ella sea parte de su familia.

La niña está a color porque como bien se sabe, los niños que están en las casas hogares son felices y reciben atención, aunque no la suficiente que requiere una persona cuando es pequeña.

La familia colocada en la imagen es de padres jóvenes ya que la campaña está dirigida para personas jóvenes que están visualizando su futuro familiar y para matrimonios jóvenes.

Segunda Imagen:

Es un niño que se encuentra dentro de una casa hogar del DIF imaginándose a través de la ventana a una familia que disfruta de un día lluvioso en un lugar lleno de vegetación y libertad; el niño pone sus manos sobre la ventana porque le gustaría pertenecer a esa familia; le gustaría estar disfrutando de ese momento tan agradable.

Tercera Imagen:

Se trata de una plana hecha a lápiz de un niño que desea ser adoptado realizó con los nombres mamá, papá, hijo e hija y que sobre la plana repleta de palabras colocó unos muñecos de papel (papá, mamá e hija) que él mismo cortó pero que con cinta adhesiva ha colocado a un niño (que viene siendo él), pegado a la mamá haciendo referencia a que desea pertenecer o le gustaría ser parte de una familia.

Para identificar a los muñequitos de papel, el niño resaltó con colores los nombres de cada uno de ellos.

La primera frase está resaltada con color rosa porque es lo que el niño espera; pertenecer a una familia con mucha alegría y la segunda frase está en color azul porque es la reacción que obtendrán las familias al tomar el tema de las adopciones con seriedad y esperanza para que les logren dar las adopciones.

Cuarta Imagen:

Es una hoja de cuaderno en la cual un niño que desea ser adoptado y que está en una casa hogar del DIF, ha dibujado a un hombre, una mujer, una niña y un hogar; se trata de una familia sencilla pero con mucha felicidad y amor. El dibujo lo realizó con colores pero el niño agregó su fotografía con cinta adhesiva a un costado de la familia porque le gustaría pertenecer a una.

La primera frase está escrita con azul porque el niño tiene la esperanza de que algún día pertenezca a una familia como esa y la segunda frase está con rojo

porque es una llamada de atención que se les está haciendo a las familias para que adopten a niños dentro de las Instituciones DIF.



Quiere
ser parte
de tú familia

Ahora es **más fácil** lograrlo

El DIF del Distrito Federal está trabajando en una nueva cultura de adopción.
Para mayores informes consulta <http://www.dif.sip.gob.mx/>





Ahora es más fácil lograrlo

El DIF del Distrito Federal está trabajando en una nueva cultura de adopción.
Para mayores informes consulta <http://www.dif.sip.gob.mx/>





Quiere
ser parte
de tu familia

El DIF del Distrito Federal está
trabajando en una nueva
cultura de adopción.
Para mayores informes consulta
<http://www.dif.sip.gob.mx/>

Ahora es
más fácil lograrlo

3.5. ESTRATEGIA DE MEDIOS

Los medios de comunicación son enlaces importantes entre el público y las Instituciones; por tal motivo, es indispensable tomarlos en cuenta para que estén presentes de forma más directa con el público y ayuden a obtener la sensibilización que se necesita por parte de aquellos habitantes del Distrito Federal.

Las estrategias empleadas aquí son para una campaña social. Están enfocadas a todo tipo de medios debido a que el DIF pertenece al Gobierno, pudiendo obtener minutos gratis en televisión y radio o también, llegar a ciertos acuerdos con los distintos medios, de tal forma que no se gaste demasiado dinero.

Todos los medios propuestos en la campaña (tanto tradicionales como alternativos) tienen un mismo alcance e impacto y se utilizarán con mayor frecuencia en los meses con fechas relevantes para los mexicanos, como 24-31 de diciembre, 7 enero, 14 de febrero y 30 de abril) con el fin de remover más los sentimientos de las personas para que se animen a adoptar.

TELEVISIÓN: El propósito de usar la televisión es ingresar reportajes especiales sobre el tema de la adopción dentro de los noticieros matutinos, vespertinos y nocturnos en los canales 2, 4, 7 y 13 como por ejemplo: Noticiero con Joaquín López Dóriga, Noticiero con Lolita Ayala, 1:Noticias con Carlos Loret, A las tres con Paola Rojas, Hechos A.M., Hechos Noche e Info 7 AM.

Al entrar como reportaje el tema de la adopción dentro de los noticieros, no tendrá costo alguno.

Las entrevistas con trabajadoras sociales, personas que han logrado adoptar de forma legal y expertos en el tema, serán ingresadas en los

programas matutinos de los canales 2 y 4 como Hoy y Matutino Express, con el objetivo de proporcionar la información actual de la adopción. Estas entrevistas también serán de forma gratuita, ya que entran como parte de su contenido informativo.

Tanto los reportajes como las entrevistas serán transmitidos cada semana y así se podrán ocupar todos los días de la semana durante los meses Noviembre, Enero y Abril.

*Noticieros: lunes (1:Noticias), miércoles (A las tres) y viernes (Noticiero con Joaquín López Dóriga). Los noticieros restantes se turnarán para las siguientes semanas.

*Programas: Matutino Express (Martes) y Hoy (jueves).

Televisión					
Televisión	Frecuencia	Costo por nota/reportaje	Número de inserciones x programa	N° de semanas/meses (Noviembre, Enero y Abril)	Total de Inserciones
Noticieros	depende	\$0.00	1	3 meses	14
Programas	depende	\$0.00	1	3 meses	7

Pauta de Televisión

Televisión	Costo de localidad por mes	Meses	Costo total	Frecuencia
	\$0.00	3 mes	\$0.00	Un mes sí y un mes no
				Total de totales

Nota aclaratoria: Los noticieros de televisión, al igual que los de radio, serán de forma gratuita debido a que la información sobre la adopción entrará como entrevistas y reportajes especiales que serán parte de la programación. La información se les proporcionará fácilmente a los reporteros y periodistas que se encarguen de difundir esa nota o sección especial.

- **REVISTAS:** Las revistas mencionadas son leídas por el target al que pretende ir dirigida la campaña. Se utilizará una revista catorcenal y mensual como Vanidades (catorcenal pero con 2 inserciones; una en diciembre y otra en febrero) y Vogue (es una revista mensual y tendrá 2 inserciones) donde la publicidad será colocada en tercera de forros. Para las inserciones sólo se están tomando en cuenta los meses con más tiraje debido a las fechas importantes (marzo y abril).

Racional de Revistas						
Revistas	Frecuencia	Costo página (3 de forros)	Número de inserciones	N° de semanas/meses (diciembre, febrero, marzo y abril)	Total de Inserciones	Costo Total
Vanidades	Catorcenal	\$202,494	1	2 diciembre/febrero	2	\$404,988
Vogue	Mensual	\$94,160	1	2 marzo/abril	2	\$188,320

Pauta de Revistas

Revistas	Costo de localidad por mes	Meses	Costo total
Vanidades	\$202,494	2 meses	\$404,988
Vogue	\$94,160	2 meses	\$188,320
Total de totales			\$593,308

- **CARTELES:** Serán colocados en los pasillos de las estaciones con transbordaciones más transitadas como Balderas, Hidalgo, Centro Médico, Pino Suárez, Guerrero, San Lázaro, Oceanía, Zaragoza y Chabacano, se pondrán 2 anuncios por cada estación (ambas direcciones y ambas transbordaciones). así como en los DIF y Delegaciones dentro de la zona del Distrito Federal. Cada inicio de mes, serán reemplazados los carteles debido a que pueden sufrir algún maltrato.

Racional de Cárteles					
Cárteles	Frecuencia	Costo por localidad	Número de inserciones	N° de semanas/meses	Total de Inserciones
DIF	Mensual	\$0.00	1	1mes	15
Delegaciones del D.F.	Mensual	\$0.00	1	1 mes	15
Metro (pizarra de avisos)	Mensual	\$0.00	1	1 mes	36 pizarras

Cárteles

Cárteles	Posición	Costo de localidad por mes	Meses	Costo total	Frecuencia
	DIF	\$0.00	6 meses (90 carteles)	\$0.00	Mensual
	Delegaciones del D.F.	\$ 0.00	6 meses (90 carteles)	\$0.00	Mensual
	Metro (pizarra)	\$ 0.00	6 meses (216 carteles)	\$0.00	Mensual

***Nota aclaratoria:** Los carteles serán colocados en las propias instalaciones del gobierno sin ningún costo, al igual que en la pizarra de avisos del metro, el cual no tiene ningún costo, sólo hay que estar renovando el permiso cada quince días o cada mes.

- **RADIO:** Los noticieros en radio también servirán para dar a conocer notas relevantes sobre el tema actual de las adopciones. Serán de forma gratuita en las estaciones Radio Red (de una a tres en la red y noticias del domingo) y W radio (noticias W). Se colocarán en los meses con fechas con valor sentimental como (Diciembre: semana del 24 y 31, Febrero: semana del 14 y Abril: semana del 30).

Racional de RADIO					
Radio	Frecuencia	Costo por nota/rerportaje	Número de inserciones x programa	N° de semanas/meses (diciembre, febrero, abril)	Total de Inserciones
Radio Red (noticias)	Cada 2 meses	\$0.00	1	2 semanas/2 meses	7
W Radio (W noticias)	Cada 2 meses	\$0.00	1	2 semanas/2 meses	9

Pauta de Radio

Radio	Costo de localidad por mes	Meses	Frecuencia
RadioRed/wRadio	\$0.00	3 mes	Cada 2 meses

Nota aclaratoria: Las 16 inserciones en noticieros de radio no tendrán ningún costo, ya que entrarán como una nota más de la programación y a los periodistas se les facilitará la información actual que se desea dar a conocer.

- **INTERNET:** La página de internet del DIF podrá ser de gran ayuda, por lo que en el Home de su página se colocará información relevante y sintetizada

sobre las adopciones. Habrá un link debajo de la información al cual se le tiene que dar clic y los llevará a otra una página (dentro de la misma del DIF) donde aparecerá la información completa sobre las adopciones en el Distrito Federal.

Al darle prioridad al tema de las adopciones dentro del Home, servirá para fomentar la confianza en las personas que desean adoptar, ya que verán que el gobierno y el DIF ahora sí le están dando prioridad a ésta situación social que por años ha costado mucho trabajo sacar adelante.

Otra estrategia empleada con ayuda del Internet será enviar e-mails de forma masiva. El correo contendrá un HTML para que las personas le den clic y sean enviadas a la página principal del DIF y ver la información detallada de las adopciones. En la parte de asunto (que se les coloca a los correos) se pondrá la frase empleada en las ejecuciones “*Quiere ser parte de tú familia*” para mantener una uniformidad en la campaña.

Los correos saldrán en las fechas 22 Diciembre, 9 de Febrero, 16 Marzo y 27 de Abril. Ésta es otra de las estrategias que no tendrá costo ya que de la misma base de datos que el DIF tenga de los usuarios que han solicitado informes.

Pauta de Internet

Internet	Costo de localidad por mes	Meses	Frecuencia
Home	\$0.00	6 meses	Mantener los 6 meses activa la información de las adopciones
e-mails	\$0.00	6 meses	Principios de mes

Nota aclaratoria: El colocar información en el Home de la página del DIF y mantenerla activa durante los 6 meses no tiene ningún costo y en el caso de los HTML que se mandarían por correo tampoco tendrá precio alguno ya que los correos se obtendrán de la misma base de datos que tenga el DIF y el diseño de los e-mail los realizarán los propios diseñadores del DIF.

- **TRÍPTICOS:** Contendrá datos importantes y sintetizados sobre adopción e información general de la Institución DIF. Los trípticos serán repartidos en todas las Instituciones DIF del Distrito Federal.

Estos no sólo se distribuirán durante el periodo de la campaña, ya que su información es fundamental. Hasta que exista una nueva campaña social para fomentar la adopción, se sustituirán los trípticos.

Los trípticos al ser colocados dentro de las mismas Instituciones del gobierno, no tendrán costo alguno. En lo único que se gastará, será en la impresión de los 4,000 trípticos.

Trípticos				
Trípticos	Posición	Costo de localidad por mes	Meses	Frecuencia
	Delegaciones del Distrito Federal	gratuito	indefinido	Mensual
	Instituciones DIF del D.F.	gratuito	indefinido	Mensual

Nota aclaratoria: Los trípticos al ser colocados dentro de las mismas Instituciones del gobierno, no tendrán costo alguno. En lo único que se gastará, será en la impresión de los 4,000 trípticos.

- **CONFERENCIAS:** Serán impartidas cada quince días (sábados y domingos) por trabajadoras sociales, psicólogas, sociólogos, abogados y médicos, todos ellos pertenecientes al DIF.

Los sitios donde se darán las conferencias serán en los propios DIF y en las delegaciones dentro de la zona del Distrito Federal. Tendrán una duración de dos horas y serán gratuitos.

Los temas que se tratarán dentro de las conferencias son:

*Niños sin padres. Una problemática social (impartidas por sociólogos): Se mostrarán cifras y datos duros relacionados con el abandono infantil, violencia infantil, divorcios donde los niños no son vistos por ninguno de los dos padres, ni familiares, niños de la calle, instituciones dedicadas a la adopción (DIF como prioridad), etc.

*Trámites para poder adoptar (impartidas por trabajadoras sociales y abogados): mencionar los procedimientos legales que han cambiado con el paso del tiempo y las facilidades y beneficios que trae consigo el adoptar.

*¿Cómo poder integrar a un nuevo miembro a la familia? (impartidos por psicólogo): Se mostrará todo un análisis a profundidad sobre la psicología del ser humano dentro de las diversas etapas por las que pasan tanto los niños como los futuros padres adoptivos; se darán soluciones y los posibles caminos para formar una buena familia.

Dentro de éste tema se desprenden los casos de niños que les fueron retirados a sus padres porque recibían todo tipo de violencia y que médicos han atendido. Ellos darán ese punto de vista como profesionistas y conocedores cercanos del tema.

- **TALLERES:** Cada mes se impartirá un taller diferente (6 temas); los días sábados de 11 a 1 de la tarde en los DIF de la zona del Distrito Federal. Serán impartidos por psicólogas con el fin de que las personas que asistan, puedan irse preparando y acostumbrando a lo que podría ser tener un hijo

Talleres y Conferencias

	Costo de localidad por mes	Meses	Costo total	Frecuencia
Talleres	gratuito	6 meses		1 al mes
Conferencias	gratuito	6 meses		Cada 15 días

adoptado. Los talleres tendrán por objetivo llevar a su vida cotidiana lo enseñado en los talleres.

Talleres y Conferencias					
	Frecuencia	Costo por localidad	Número de presentaciones	N° de semanas/meses	Total de presentaciones
Talleres	Mensual	gratuito	1	6 meses	6
Conferencias	15 días	gratuito	2	6 meses	12

Nota aclaratoria: Tanto los talleres como las conferencias serán impartidos por el mismo personal especializado del DIF, del gobierno y de Instituciones importantes. De forma altruista y voluntaria ayudarán a proporcionar la información necesaria para completar todo el ciclo de la campaña social.

FLOW CHART GENERAL

	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Televisión	X		X			X
Radio		X		X		X
Revista					X	X
Conferencia/	X	X	X	X	X	X

Talleres						
Internet		X		X	X	X
Carteles	X	X	X	X	X	X
Tríptico	X	X	X	X	X	X

3.6. PRESUPUESTO

El presupuesto es la parte importante para poder desarrollar una campaña social, ya que dependiendo del dinero destinado, se piensa en las estrategias y medios a utilizar. En éste caso se trata de una Institución que depende del gobierno pero a la cual no se le destina mucho presupuesto para la resolución del problema expuesto en el presente trabajo, por tal motivo, se buscaron medios y estrategias de gran alcance que no tuvieran precios elevados o definitivamente salieran de forma gratuita.

Se pretende buscar negociaciones con los diversos medios a utilizar para que hagan labor altruista y se logre gastar poco en la campaña social con duración de medio año.

Estrategia de medios	Costo total
Trípticos	\$4, 000
Revista	\$593,308
Cárteles \$50.00 cada cartel (40x60 laminado mate brillante)	\$ 24,800
Conferencias y Talleres	gratuitos
Televisión	gratuitos
Radio	gratuitos
Internet	gratuito

Total de totales	\$ 622,108.00
-------------------------	----------------------

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis del presente proyecto realizado durante mediados del 2009 y principios del 2010 se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La sociedad mexicana de la zona del Distrito Federal en su mayoría estaría dispuesta a adoptar siempre y cuando Instituciones como el DIF modificaran los tiempos de sus procesos para poder concluir con la adopción.

Las familias mexicanas (jóvenes adultos) siguen teniendo valores y ética para ayudar a las demás personas que en verdad lo necesitan, pero también hay personas que tienen la posibilidad de proporcionar amor a sus hijos y no lo hacen, como es el caso de la trabajadora doméstica tratada dentro del presente escrito.

Personas como ella, se dedican a tener y tener hijos sin darle una buena calidad de vida y los ofrecen a cambio de algo o simplemente van y los dejan en sus pueblos (donde se encuentran sus familiares) para deshacerse de ellos y así, ya no tener ningún estorbo a la hora de venirse a trabajar a la Ciudad.

El país y la sociedad entera tiene muchos problemas que poco a poco los gobiernos en curso han tratado, pero, realmente lo que han reflejado nuestros gobernantes es que atienden unos cuantos problemas pero descuidan otros, es como si no supieran controlar las situaciones actuales de nuestro país; solo se dedican a hablar y prometer para aparentar que están trabajando pero no actúan, como en el caso de la nueva cultura de adopción que el DIF viene proponiendo desde el año 2007 y actualmente estamos en el 2010 sin ninguna modificación a favor del tema.

Por ejemplo, en el presente año, en el mes de Enero se presentó un problema en el país de Haití, hubo un terremoto donde murieron miles de personas y muchos niños se quedaron sin padres; muchos mexicanos mandaron ayuda tanto económica como en víveres pero de repente se empezó a soltar el rumor de que los niños sin familia se iban a dar en adopción por medio de la Institución DIF de la ciudad de México pero lamentablemente, no es así ya que la Institución puso un comunicado en el Home de su página donde aclara que no se facilitarían las adopciones para los niños haitianos porque muchos de ellos sí tienen familiares y que se tiene que hacer toda una exhaustiva investigación de su situación.

Como en todos lados, hay gente que se aprovecha de la desgracia de los demás y éste caso no fue la excepción, ya que un grupo de estadounidenses fueron detenidos porque los cacharon tratándose de robar a varios niños que andaban solos y desesperados tratando de encontrar a sus familiares o tratando de buscar ayuda. Debido al caso anterior, se comprende que por culpa de ese tipo de personas, las autoridades superiores hagan más difíciles las adopciones pero no es justo que por unos paguen otros y la solución que podría proponerse al gobierno mexicano y haitiano es:

Los que desean ayudar y adoptar a niños que han quedado sin familiares en Haití, se les permita hacerlo por medio del DIF de México, siendo éste el intermediario entre ellos y el gobierno Haitiano pero para eso, el DIF necesita establecer negociaciones y no cerrarse por completo a la ayuda que se necesita; pareciese que esa Institución no hace un esfuerzo por tratar de ayudar y resolver problemáticas que afectan no solo a una persona sino a muchas, tienen que ser más accesibles con esas personas que de verdad tienen un interés en ayudar, no es justo que desanimen a las personas con un simple comunicado que no da explicación razonable, ni tampoco que tomen en cuenta a esas niños que desearían no estar solos en una casa hogar.

Así como el problema expuesto anteriormente de las adopciones de niños haitianos, pasa lo mismo con las adopciones de niños mexicanos. Es entendible que tengan que realizar análisis profundos sobre economía, psicología, etc. para poder adoptar, pero estaría bien que una vez establecido eso, aseguren la adopción; bien se sabe que los niños no son una mercancía la cuál fácilmente se entrega pero el DIF debe establecer estrategias para recortar sus procesos y tiempos porque éste es el principal motivo por el cual las personas no se animan a adoptar y los que tienen muchas ganas de hacerlo, optan por la vía no legal fortaleciendo el robo y la venta de niños., siendo Instituciones como el DIF los únicos culpables por no establecer una confianza y comunicación en los ciudadanos.

Son tan rigurosas las políticas dentro de las Instituciones DIF del Distrito Federal, que las mismas trabajadoras sociales cuando ven que en verdad las familias o personas desean con gusto una adopción, les ayudan a apresurar los procesos asegurando que pronto tendrán al niño o cuando saben que van a trasladar a algún pequeño a otra institución por decisiones de sus superiores buscan a familias cercanas a ellas y les dicen que si deseas adoptar y que ellas se encargan de que el proceso no sea tardado con tal de que antes de que se lleven al niño quede ya en manos de una buena familia.

Con todo lo anterior, no es difícil darse cuenta que el problema proviene de los que se encuentran en la cúpula del poder de las Instituciones, esas personas que se la pasan hablando y prometiendo tantas cosas que a final de cuentas no cumplen; al parecer son personas desinteresadas en éstas problemáticas pero que aparentan darle solución a lo que la sociedad pide.

La campaña social que se presente en éste trabajo fue realizada con base a una exhaustiva investigación tanto documental como de mercado. En ella se plasmaron dos puntos principales detectados durante la recolección de datos y son los siguientes:

- La nueva cultura de adopción propuesta por el DIF del Distrito Federal
- Lo que para le gente significa la adopción.

Los dos puntos anteriores se combinaron con las imágenes y textos plasmados en las ejecuciones, de tal forma que se generara una unión de ambas y darle una solución al problema de las adopciones dentro de la zona del Distrito Federal.

La mayoría de las campañas sociales se caracterizan por utilizar medios que tengan mayor contacto físico con las personas de interés sobre lo tratado, pero en la presente campaña se buscaron medios tanto de gran alcance como alternativos pero con estrategias que salieran de forma gratuita para no gastar tanto dinero, ya que uno de los pretextos que el gobierno puede presentar al no darle difusión a las adopciones, es el que no tenga presupuesto para lanzar una campaña; por eso la presente campaña utiliza diversos medios pero con un presupuesto muy bajo para los 6 meses.

Se trata de una campaña social que puede resolver una problemática más de la sociedad; presenta muchos puntos a favor como:

- Bajo presupuesto
- Un contenido reforzado con investigación documental y de campo
- Solución de una problemática social
- Es un tema de interés para los miembros de la sociedad mexicana

Lo único que le faltaría a lo anterior es la autorización del Gobierno Federal y del DIF para lanzar una campaña como ésta; es cosa de que le pongan un poco de atención al tema de las adopciones y se proponga fomentar en verdad esa nueva cultura de adopción que han dejado rezagada durante tres años.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis del presente proyecto realizado durante mediados del 2009 y principios del 2010 se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La sociedad mexicana de la zona del Distrito Federal en su mayoría estaría dispuesta a adoptar siempre y cuando Instituciones como el DIF modificaran los tiempos de sus procesos para poder concluir con la adopción.

Las familias mexicanas (jóvenes adultos) siguen teniendo valores y ética para ayudar a las demás personas que en verdad lo necesitan, pero también hay personas que tienen la posibilidad de proporcionar amor a sus hijos y no lo hacen, como es el caso de la trabajadora doméstica tratada dentro del presente escrito. Personas como ella, se dedican a tener y tener hijos sin darle una buena calidad de vida y los ofrecen a cambio de algo o simplemente van y los dejan en sus pueblos (donde se encuentran sus familiares) para deshacerse de ellos y así, ya no tener ningún estorbo a la hora de venirse a trabajar a la Ciudad.

El país y la sociedad entera tiene muchos problemas que poco a poco los gobiernos en curso han tratado, pero, realmente lo que han reflejado nuestros gobernantes es que atienden unos cuantos problemas pero descuidan otros, es como si no supieran controlar las situaciones actuales de nuestro país; solo se dedican a hablar y prometer para aparentar que están trabajando pero no actúan, como en el caso de la nueva cultura de adopción que el DIF viene proponiendo desde el año 2007 y actualmente estamos en el 2010 sin ninguna modificación a favor del tema.

Por ejemplo, en el presente año, en el mes de Enero se presentó un problema en el país de Haití, hubo un terremoto donde murieron miles de personas y muchos niños se quedaron sin padres; muchos mexicanos mandaron ayuda tanto económica como en víveres pero de repente se empezó a soltar el rumor de que los niños sin familia se iban a dar en adopción por medio de la Institución DIF de la ciudad de México pero lamentablemente, no es así ya que la

Institución puso un comunicado en el Home de su página donde aclara que no se facilitarían las adopciones para los niños haitianos porque muchos de ellos sí tienen familiares y que se tiene que hacer toda una exhaustiva investigación de su situación.

Como en todos lados, hay gente que se aprovecha de la desgracia de los demás y éste caso no fue la excepción, ya que un grupo de estadounidenses fueron detenidos porque los cacharon tratándose de robar a varios niños que andaban solos y desesperados tratando de encontrar a sus familiares o tratando de buscar ayuda. Debido al caso anterior, se comprende que por culpa de ese tipo de personas, las autoridades superiores hagan más difíciles las adopciones pero no es justo que por unos paguen otros y la solución que podría proponérsele al gobierno mexicano y haitiano es:

Los que desean ayudar y adoptar a niños que han quedado sin familiares en Haití, se les permita hacerlo por medio del DIF de México, siendo éste el intermediario entre ellos y el gobierno Haitiano pero para eso, el DIF necesita establecer negociaciones y no cerrarse por completo a la ayuda que se necesita; pareciese que esa Institución no hace un esfuerzo por tratar de ayudar y resolver problemáticas que afectan no solo a una persona sino a muchas, tienen que ser más accesibles con esas personas que de verdad tienen un interés en ayudar, no es justo que desanimen a las personas con un simple comunicado que no da explicación razonable, ni tampoco que tomen en cuenta a esas niños que desearían no estar solos en una casa hogar.

Así como el problema expuesto anteriormente de las adopciones de niños haitianos, pasa lo mismo con las adopciones de niños mexicanos. Es entendible que tengan que realizar análisis profundos sobre economía, psicología, etc. para poder adoptar, pero estaría bien que una vez establecido eso, aseguren la adopción; bien se sabe que los niños no son una mercancía la cuál fácilmente se entrega pero el DIF debe establecer estrategias para recortar sus procesos y tiempos porque éste es el principal motivo por el cual las personas no se animan a adoptar y los que tienen muchas ganas de hacerlo, optan por la vía no legal

fortaleciendo el robo y la venta de niños., siendo Instituciones como el DIF los únicos culpables por no establecer una confianza y comunicación en los ciudadanos.

Son tan rigurosas las políticas dentro de las Instituciones DIF del Distrito Federal, que las mismas trabajadoras sociales cuando ven que en verdad las familias o personas desean con gusto una adopción, les ayudan a apresurar los procesos asegurando que pronto tendrán al niño o cuando saben que van a trasladar a algún pequeño a otra institución por decisiones de sus superiores buscan a familias cercanas a ellas y les dicen que si deseas adoptar y que ellas se encargan de que el proceso no sea tardado con tal de que antes de que se lleven al niño quede ya en manos de una buena familia.

Con todo lo anterior, no es difícil darse cuenta que el problema proviene de los que se encuentran en la cúpula del poder de las Instituciones, esas personas que se la pasan hablando y prometiendo tantas cosas que a final de cuentas no cumplen; al parecer son personas desinteresadas en éstas problemáticas pero que aparentan darle solución a lo que la sociedad pide.

La campaña social que se presente en éste trabajo fue realizada con base a una exhaustiva investigación tanto documental como de mercado. En ella se plasmaron dos puntos principales detectados durante la recolección de datos y son los siguientes:

- La nueva cultura de adopción propuesta por el DIF del Distrito Federal
- Lo que para le gente significa la adopción.

Los dos puntos anteriores se combinaron con las imágenes y textos plasmados en las ejecuciones, de tal forma que se generara una unión de ambas y darle una solución al problema de las adopciones dentro de la zona del Distrito Federal.

La mayoría de las campañas sociales se caracterizan por utilizar medios que tengan mayor contacto físico con las personas de interés sobre lo tratado, pero en

la presente campaña se buscaron medios tanto de gran alcance como alternativos pero con estrategias que salieran de forma gratuita para no gastar tanto dinero, ya que uno de los pretextos que el gobierno puede presentar al no darle difusión a las adopciones, es el que no tenga presupuesto para lanzar una campaña; por eso la presente campaña utiliza diversos medios pero con un presupuesto muy bajo para los 6 meses.

Se trata de una campaña social que puede resolver una problemática más de la sociedad; presenta muchos puntos a favor como:

- Bajo presupuesto
- Un contenido reforzado con investigación documental y de campo
- Solución de una problemática social
- Es un tema de interés para los miembros de la sociedad mexicana

Lo único que le faltaría a lo anterior es la autorización del Gobierno Federal y del DIF para lanzar una campaña como ésta; es cosa de que le pongan un poco de atención al tema de las adopciones y se proponga fomentar en verdad esa nueva cultura de adopción que han dejado rezagada durante tres años.

ANEXOS

TRAMITES QUE SOLICITA EL DIF

Los servicios de asistencia social se conforman de acciones tendientes a modificar y mejorar las circunstancias de carácter social que impidan al individuo su desarrollo integral, así como la protección física, mental y social de personas en estado de necesidad o desprotección, como es el caso de los menores de edad, que por circunstancias adversas se encuentran en estado de abandono y desamparo, lo que obliga, no sólo como una deuda nacional sino humana, a garantizar su derecho a vivir en familia.

Así, cuando los menores no pueden vivir dentro de su propio núcleo familiar, ni aún con su familia extensa (tíos, abuelos, etc.), el Estado a través de la figura jurídica de la adopción, entendida como un proyecto de vida individualizado para las niñas, niños y adolescentes busca garantizar su derecho a ser parte de una familia permanente. Con el objeto de orientar al público usuario para llevar a cabo el procedimiento de adopción, el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia hace de su conocimiento los requisitos necesarios para llevar a cabo una adopción.

REQUISITOS PARA ADOPTAR

1. Ser mayor de 25 años. Si se es casado, la o el cónyuge deberá estar conforme en considerar al adoptado como hijo propio.
2. Tener medios suficientes para proveer de lo necesario para la subsistencia y educación del adoptado. Integrar expediente con todos los documentos requeridos, debidamente traducidos, si se presentan en idioma diferente al español y apostillados.
3. Tener 17 años o más que el adoptado.
4. Ser persona de buena conducta.
5. Tener buena salud.
6. Si el menor que se va a adoptar es mayor de 12 años, también se requiere de su consentimiento.
7. Si los adoptantes son casados, es suficiente con que uno de los dos reúna los requisitos.

PROCEDIMIENTO PARA ADOPTAR

1. Acudir a la entrevista en el área de Trabajo Social de cualquiera de los Centros Nacionales para iniciar los trámites.
2. Acudir a la Subdirección de Asistencia Jurídica para integrar el expediente durante un lapso no mayor de dos meses, los cuales empiezan a contar a partir de la entrevista con

el área de Trabajo Social. El expediente deber estar compuesto por la siguiente documentación:

- Presentar carta manifestando la voluntad de adoptar, señalando la edad y sexo del menor que se pretende adoptar.

- Presentar copias certificadas de actas de nacimiento de los solicitantes y de los hijos que pudiesen tener y de matrimonio, según sea el caso.

- En los casos de concubinato deberán cumplirse los requisitos de la legislación aplicable.

- Dos cartas de recomendación de personas que conozcan a los solicitantes, que incluya domicilio y teléfono de las personas que los recomiendan.

- Una fotografía a color tamaño credencial de cada uno de los solicitantes.

- Diez fotografías tamaño postal a color todas en su casa que comprendan fachada y todas las habitaciones interiores de la misma, así como de una reunión familiar en la que participen los solicitantes.

- Certificado médico de buena salud de los solicitantes, expedido por institución oficial, así como exámenes toxicológicos; expedidos por institución pública o privada, debidamente acreditada.

- Constancia de trabajo, especificando puesto, antigüedad y sueldo, o documentación que acredite fehacientemente los ingresos que perciben los solicitantes; así como cualquier otro documento que acredite su solvencia económica.

- Identificación oficial con fotografía de cada uno de los solicitantes (credencial de elector o pasaporte).

- Comprobante de domicilio

- Llenar y firmar la solicitud proporcionada por el DIF Nacional (para su recepción y trámite deben cumplirse los requisitos anteriores).

- Estudios socioeconómicos y psicológicos, que practicará el DIF Nacional.

3. Presentarse al Centro Nacional signado para iniciar los estudios socioeconómicos y psicológicos correspondientes. Los resultados de dichos estudios estarán listos en un lapso no mayor a tres meses. En caso de ser aprobados, se ingresa a la lista donde permanecerá hasta la asignación de la niña o niño, que se hará basados en las necesidades de las niñas (os) y perfil psicológico.

Durante este periodo se deberá asistir a la Escuela de Padres Adoptivos, cuya duración es de seis a ocho meses de acuerdo a los requerimientos del grupo. De no ser aprobada su solicitud de adopción, se brindará la orientación correspondiente.

4. Una vez asignada la niña o niño, convivirán tres meses hasta que se concluya el proceso legal de adopción.

5. Facilitar las acciones de seguimiento de la niña o niño adoptados, que realizan los profesionales del área de Trabajo Social y Psicología de los Centros Nacionales Modelo de Atención, Investigación y Capacitación, Casa Cuna, Casa hogar y Centro Amanecer para niños.

COMUNICADOS DEL DIF PUBLICADOS EN SU PAGINA DE INTERNET (2008-2009)

Garantizar el interés superior del niño, piedra angular de una nueva cultura de la adopción

Viernes, 29 de Febrero | Comunicado
Guadalajara Jal.

Perfeccionar y agilizar los procesos de adopción constituye un paso fundamental para hacer de la asistencia social una verdadera política pública, que supere la visión asistencialista, señaló Cecilia Landerreche Gómez Morin, titular del Sistema Nacional DIF.

Al participar en el Cuarto Congreso Internacional de la Familia que se realiza en Guadalajara, destacó que fortalecer a la familia es una estrategia fundamental de dicha política, pues en la medida en que se consolide ésta, se tejen redes para proteger a la población vulnerable.

La funcionaria enfatizó la importancia que tiene la familia dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y la calificó como una de las grandes riquezas humanas y sociales de la cultura mexicana. Al dictar su conferencia relativa a la adopción, dijo que lo más importante de este proceso es el interés superior del niño, ya que cuando se encuentra bien protegido y cuidado en el seno familiar, se beneficia a los padres, a los hijos adoptivos y a la familia como totalidad.

En este sentido, la Titular del DIF puntualizó que es preciso legislar y juzgar teniendo en mente el bienestar de los niños y de las niñas, lo cual implica acortar los tiempos del proceso de adopción.

Si la justicia siempre debe ser rápida y expedita, dijo, esto es más apremiante en el caso de los menores de edad, por lo que la legislación y su concreción, deben amoldarse a la realidad vital y dinámica de los niños.

En el DIF, mencionó, asumimos una nueva cultura de la adopción. Se trata de encontrar una familia para un niño y no un niño para una familia, por lo que no debemos adoptar un hijo en función de su salud, edad, color u otras características.

Cecilia Landerreche puntualizó que el papel del Sistema Nacional DIF dentro del proceso de adopción, es el de un facilitador que vincula a las personas que quieren adoptar, con los menores susceptibles de adopción y garantiza el interés superior del niño.

Destacó el trabajo del DIF en el Diagnóstico sobre la adopción en México y la organización de cuatro Mesas regionales de trabajo sobre la agilización del proceso de adopción, en las que especialistas en el tema, legisladores y académicos discutieron y realizaron propuestas en favor del mejoramiento de dicho proceso.

Más adelante se refirió a la conveniencia de descender algunos aspectos del proceso de adopción a nivel municipal, recordando las palabras de Manuel Gómez Morin, “el municipio es la familia, pero a la vez es la patria”. Nos encontramos, añadió, en un momento crucial en la historia de la adopción en México, pues aunque siempre había sido parte de la agenda nacional, ahora se conjugan las reformas legales y la voluntad institucional necesarias para iniciar una nueva cultura de la adopción en nuestro país.

Última modificación: miércoles, 18 de Junio a las 11:15 por Alfonso Pérez.

[http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=362,10/04/09,17:48hrs.](http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=362,10/04/09,17:48hrs)

Adopción, la mejor alternativa de integración social e igualdad de oportunidades para la infancia: Cecilia Landerreche Gómez Morin

Martes, 22 de Abril | Comunicado

Toluca, Edo. de México, a 22 de abril de 2008

“El Sistema Nacional DIF impulsa la adopción como la mejor alternativa de integración social e igualdad de oportunidades, así como el sano y pleno desarrollo desde la infancia”, señaló la titular del organismo, Cecilia Landerreche Gómez Morin.

Al presidir el Primer Foro Regional en Materia de Adopción SNDIF-CONATRIB, realizado en la ciudad de Toluca, la funcionaria afirmó que dicha acción está apegada a la Convención sobre los Derechos del Niño para responder al derecho de los infantes a tener una familia y que el Foro es un gran paso para cumplirlo.

El Primer Foro Regional en Materia de Adopción se deriva del compromiso que la Comisión Nacional de Tribunales Superiores de Justicia (CONATRIB) estableció con el SNDIF a través de un convenio, durante la 8ª Reunión Nacional de Tribunales Superiores de Justicia y tiene la finalidad de incidir en la optimización de los procedimientos de adopción.

Landerreche Gómez Morin señaló que el SNDIF trabaja desde el año 2007 en torno a la adopción y que gracias al acercamiento y decisión de cada uno de los involucrados, se avanzará para agilizar su proceso.

Invitó a los asistentes “a caminar juntos por los derechos de la infancia, para que las cuatro mesas temáticas del Foro lleguen a consensos a favor del interés superior del niño y de la niña y para que ni un solo niño o niña de nuestro país se quede sin familia”.

La Titular del Sistema Nacional DIF aseguró que para conseguir el éxito en esa materia sólo se necesita voluntad institucional y que la colaboración de los poderes judiciales de la República Mexicana es un ejemplo del diálogo que debe prevalecer entre diferentes poderes y niveles de gobierno.

La falta de la familia, dijo, trae consigo muchos problemas psicológicos, emocionales, afectivos y sociales que provocan desajustes de la personalidad e incluso puede contribuir a que los menores generen patrones de conducta antisociales y, en muchos casos, violentos.

Recordó que la esposa del Presidente, Margarita Zavala ha señalado que “todo lo que se hace por las familias es, en realidad, a favor de todos, a favor de México”. Para el ser humano, abundó, la familia es el vínculo más importante de la sociedad y de su vida.

En el Foro participan servidores públicos judiciales, magistrados, jueces, representantes de los Sistemas Estatales DIF, procuradores de la Defensa del Menor y la Familia y personal que interviene en la operación del programa de regularización jurídica de menores y adopciones de los estados de la zona centro, conformada por las entidades federativas de Hidalgo, Estado de México, Michoacán, Morelos, Puebla, Querétaro, Tlaxcala y Distrito Federal.

Durante la jornada de trabajo se abordarán aspectos relacionados con declaraciones y convenciones internacionales en materia de adopción y la aplicación de estos instrumentos al derecho mexicano. También, se hará un análisis crítico de la legislación en materia de adopción, de la figura que ésta representa y de su clasificación (plena, simple, por integración e internacional).

Se hablará de la pérdida de la patria potestad como presupuesto de la adopción, de la representación de los menores en los procedimientos de adopción por parte de las instituciones de asistencia privada, de la problemática en el seguimiento de las adopciones nacionales e internacionales, de la difusión de la cultura de la adopción y de la transparencia de los procedimientos de la misma.

Al término del acto, Landerreche Gómez Morin visitó los municipios de Almoloya, para supervisar la Unidad de Rehabilitación e Integración Social, Zinacatepec, en el que conoció el macrohuerto comunitario que es atendido por diez familias y del cual se obtienen frutas y verduras para venta y autoconsumo, y Lerma, donde recorrió el Sistema Municipal DIF y le presentaron algunos de los proyectos que opera a favor de la población vulnerable.

Última modificación: Jueves, 4 de Diciembre a las 20:46 por Alfonso Pérez.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=402,14/05/09,23:17hrs>

Se realiza la Tercera Mesa Regional de Adopciones en Cancún, Quintana Roo

Jueves, 14 de Junio

Cancún, Quintana Roo, México.

Licenciada Margarita Zavala, presidenta del Consejo Ciudadano Consultivo del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia.

Licenciado Félix Arturo González Canto, gobernador del Estado de Quintana Roo.
Señora Narcedalia Martín de González, presidenta de la Junta Directiva del Sistema Estatal DIF de Quintana Roo.

Licenciado Jorge Armando Álvarez González, director del Sistema Estatal DIF.
Licenciado Francisco Antonio Alor Quezada, presidente municipal de Benito Juárez.
Presidentes y directores de los DIF estatales de los estados de Oaxaca, Veracruz, Tabasco, Yucatán, Guerrero, Chiapas y Campeche, muchas gracias por estar aquí presentes.

Bienvenidos compañeros y compañeras, señoras y señores, nos da mucho gusto que nos pudieran acompañar todos el día de hoy tan bello, en este lugar también muy bello de Cancún.

Es un lugar maravilloso de la República mexicana donde hoy continuamos con una importante reflexión a nivel nacional sobre los procesos de adopción en nuestro país.

En este Tercer Foro se continúan con los ejercicios realizados en Durango y San Luis Potosí hace apenas una semana. No tengo la menor duda de que como en las dos ocasiones anteriores estas mesas de trabajo serán también un gran éxito.

El tema de la adopción en México, si bien es un tema reciente en la agenda social, tampoco es un tema al que se le ha prestado la atención necesaria, el organismo encargado de dirigir los esfuerzos nacionales en materia de protección a los niños es el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, que en consecuencia es la entidad responsable de vigilar las adopciones.

Sin embargo, durante los últimos años un gran número de adopciones se han realizado con escasa supervisión del DIF, parte del ámbito federal, como en el estatal y el municipal.

Ahora bien, el DIF no puede, ni debe de hacer a un lado las responsabilidades que por mandato legal le corresponde, tiene la obligación de salvaguardar los derechos fundamentales de todos los niños y niñas, pero en especial de los que carecen del cuidado familiar, pues ellos también tienen el derecho de vivir en una familia que garantice su pleno desarrollo.

En una proyección elaborada por el Sistema Nacional DIF y basada en las estimaciones de crecimiento poblacional de la Conapo, se considera que de continuar las actuales circunstancias sociodemográficas del país, para el año 2010 habrá aproximadamente 29 mil 310 niños sin cuidados familiares e institucionalizados.

Por tanto se hace imprescindible generar estrategias que hagan de la adopción un procedimiento ágil, transparente y efectivo, más aún, de acuerdo con datos de la UNICEF del año 2005, había en México 1.6 millones de niños en grave estado de vulnerabilidad, ya fuera por orfandad parcial o total, accidentes, muerte por parte de la madre y migración laboral, entre otras muchas causas.

Lo más grave es que de acuerdo al mismo reporte muchos de estos niños se encontraban en situación de calle, albergues clandestinos, en casas de otros familiares o en procesos de migración, en otras palabras, estos niños jamás llegaron a las instituciones adecuadas.

El Sistema Nacional DIF, los 32 sistemas estatales y las diversas instituciones de la sociedad civil, operamos una red de 657 centros de atención, de los cuales aproximadamente el 10 por ciento son centros asistenciales de los sistemas DIF y el resto pertenecían a instituciones de la sociedad civil.

Otro reto que enfrentamos es la falta de un censo que nos proporcione información puntual sobre los centros asistenciales de instituciones privadas, que llevan varios años realizando procesos de adopción.

Por otro lado, en nuestro país al contrario de la tendencia internacional la institucionalización de los niños que carecen del respaldo familiar, se había considerado como la mejor alternativa y en ocasiones la única para atender su desamparo.

Sin embargo la experiencia internacional apunta a que la adopción es la mejor estrategia para crear un proyecto de vida digno y pleno para cada uno de los niños y las niñas que han perdido a su familia biológica, es la manera de curar su pena y desarrollo dentro de una familia.

La adopción permite reunir y conciliar expectativas de vida que se han visto truncas, pues por un lado hay padres con deseo de tener un hijo, pero sobre todo de niñas y niños con deseo de tener papás.

Sin embargo, debido a un vacío legal hasta antes del 2004, fecha en que se expide la Ley de Asistencia Social, no todos los DIF contaban con atribuciones para supervisar y dar seguimiento a las adopciones de carácter nacional, es decir, en la mayoría de los estados las instituciones privadas y públicas no estaban obligadas a informar sobre las adopciones de carácter nacional al DIF.

Es importante mencionar que a pesar de reconocer la adopción como una estrategia para la inserción familiar, ésta no cuenta con una infraestructura suficiente para hacer de esta alternativa de protección una realidad para la infancia y el desamparo.

El proceso de adopción como ya hemos podido ver y oír padece fallas e inconsistencias que debemos atender, algunas de las más importantes, resumiendo lo que ya se ha dicho, son las siguientes: primero, heterogeneidad en los modelos de adopción; segundo, vacíos e incertidumbre jurídicos; tercero, discrecionalidad; cuarto, ausencia de cuerpos colegiados para la toma de decisiones; quinto, tiempos prolongados del proceso; sexto, ausencia de información accesible a toda la población; por mencionar algunos.

El identificar estos vacíos, las brechas interestatales y transitar del proceso actual de adopciones a uno nuevo y mejor, es la razón por la que el DIF ha propuesto tres grandes temas a discutir en estas mesas de trabajo: la primera mesa, el análisis del marco jurídico de adopción; la segunda, la revisión de los criterios para la integración familiar y la tercera, el estudio del procedimiento administrativo para la adopción.

Ustedes ya tienen entre su material una guía para los participantes sobre la operación de las mesas, hemos buscado que sea una metodología que propicie el diálogo y el respeto entre expertos para poder llegar a conclusiones consensuadas entre todos.

Sólo me queda invitarlos a llevar a cabo este trabajo en conjunto sin perder de vista nuestra razón y sentido final, las niñas, niños y adolescentes sin el calor y el apoyo de una familia y por otra parte, las personas deseosas de ser padres y madres que todos hemos conocido en el muy difícil

proceso de la adopción, están esperando que busquemos convertirlo en un proceso que fortalezca a las familias mexicanas y les permita encontrar la felicidad, porque es cierto que unos pueden ser los padres que da la vida, pero también puede haber otros que desean vivirla.
Muchas gracias.

Última modificación: Jueves, 4 de Diciembre a las 10:09 por Alfonso Pérez.

[http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=173,14/05/09,23:46hrs.](http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=173,14/05/09,23:46hrs)

Palabras de Cecilia Landerreche durante la cuarta mesa regional sobre la agilización del proceso de adopción

Jueves, 21 de Junio

Licenciada Margarita Zavala: Presidenta del Consejo Ciudadano Consultivo del Sistema Nacional DIF.

Licenciado Héctor Israel Ortíz Ortíz: gobernador del estado de Tlaxcala.

Licenciada Guadalupe Lozano de Ortiz: Presidenta del Sistema Estatal del DIF Tlaxcala, ambos muchas gracias por su generosidad y por su hospitalidad el día de hoy.

Señor magistrado Luis Aquiahuatl Hernández: Presidente del Tribunal Superior de Justicia.

Diputado Rodrigo Javier Ortega Salado: Presidente de la Gran Comisión del Congreso del Estado.

Profesora Lydia Febe Cabazos Lucio: Directora General del Sistema Estatal DIF Tlaxcala.

Licenciado Benito Hernández Fernández: Presidente Municipal de Tlaxcala y su señora esposa, Guadalupe Sosa Cruz.

Distinguidas presidentas de los DIF estatales de Querétaro, de Morelos, de Puebla.

Señores directores de los DIF municipales.

Amigas y amigos todos.

Muy buenos días.

Nos da mucho gusto que nos puedan acompañar este día, en este Estado, que ha sido testigo de tantos episodios históricos testimoniales y creo que el día de hoy ese testimonio importante ante toda la República de lo que podemos hacer juntos, acción civil como decía la licenciada Zavala, los tres poderes.

Hoy terminamos con una importante reflexión a nivel nacional sobre los procesos de adopción en nuestro país.

Este cuarto, y último foro nacional, continúa con los ejercicios realizados en Durango, San Luís Potosí y hace apenas una semana en Cancún. No tengo la menor duda, que como en esas otras ocasiones, esas mesas de trabajo serán también un éxito.

Quisiera antes de comenzar propiamente reconocer cómo las tres mesas anteriores sobre el tema de adopciones, han sido en este sentido un éxito para el Sistema Nacional DIF. Primero, por la

enorme y entusiasta participación de los expertos e interesados en el tema. Pero también, por la calidad de las participaciones, que en perspectiva han arrojado una enorme luz sobre una problemática tan compleja.

Una problemática que no es reciente en la agenda nacional, pero tampoco ha sido un tema al que se le haya prestado la atención necesaria. Si bien el organismo encargado de dirigir los esfuerzos nacionales en materia de protección a la infancia es el DIF y en consecuencia, la entidad responsable de vigilar las adopciones, durante los últimos años se han realizado un gran número de adopciones con escasa supervisión del DIF, tanto en el ámbito federal, como en el estatal y en el municipal.

Ahora bien, el DIF no puede, ni debe hacer a un lado la responsabilidad que por mandato legal le corresponde: tiene la obligación de salvaguardar los derechos fundamentales de todos los niños y en especial de los que carecen de cuidados familiares, porque ellos también tienen el derecho a vivir en una familia que garantice su desarrollo pleno y felicidad.

En una proyección elaborada por el Sistema Nacional DIF y basada en las estimaciones de crecimiento poblacional de CONAPO, se considera que de continuar las actuales circunstancias socio-demográficas del país, para el año 2010 habrá, aproximadamente, 23 mil 300 niños sin cuidados familiares e institucionalizados. Por tanto, se hace imprescindible generar estrategias que hagan de la adopción un procedimiento ágil, transparente y efectivo.

Más aún, de acuerdo con datos de la UNICEF del año 2005, había en México 1.6 millones de niños en grave estado de vulnerabilidad, ya fuera por orfandad parcial o total, accidentes, VIH, muerte posparto de la madre y migración laboral, entre otras muchas otras causas.

Lo más grave es que, de acuerdo al mismo reporte, muchos de estos niños se encontraban en situación de calle (más de 110,000), albergues clandestinos, en casas de otros familiares o en proceso de migración. En otras palabras, estos niños, jamás llegaron a las instancias institucionales adecuadas.

El Sistema Nacional DIF, los 32 Sistemas estatales y las diversas instituciones de la sociedad civil, operamos una red de 657 centros de atención, de los cuales aproximadamente el 10 por ciento son centros asistenciales de los Sistemas DIF y el resto pertenece a instituciones de la sociedad civil.

Otro reto que enfrentamos es la falta de un censo que nos proporcione información puntual sobre los centros asistenciales de instituciones privadas que llevan varios años realizando procesos de adopción.

Por otro lado, en nuestro país, al contrario de la tendencia internacional, la institucionalización de los niños que carecían del respaldo familiar se había considerado como la mejor alternativa y en ocasiones, la única para atender este desamparo. Sin embargo, la experiencia internacional, apunta a que la adopción es la mejor estrategia para crear un proyecto de vida digno y pleno para cada uno de las niñas y niños que han perdido a su familia biológica, asegurando así su pleno derecho a una familia.

La adopción permite reunir y conciliar expectativas de vida que se han visto truncadas: de padres con deseo de tener un hijo como acabamos de ver en el video y de niñas y niños con la necesidad y el deseo de tener padres.

Sin embargo, debido a un vacío legal, hasta antes de 2004, fecha en que se expide la Ley de Asistencia Social, no todos los Sistemas DIF contaban con atribuciones para supervisar y dar seguimiento a las adopciones, es decir, en la mayoría de los estados las instituciones privadas y públicas no estaban obligadas a informar sobre las adopciones de carácter nacional al DIF.

Es importante mencionar que a pesar de reconocer la adopción como una estrategia para la inserción familiar, esta no cuenta con la infraestructura necesaria para hacer de esta alternativa de protección una realidad para las niñas y los niños en desamparo.

El proceso de adopción padece fallas e inconsistencias que debemos atender, algunas de las más importantes son: la heterogeneidad en los modelos de adopción, los vacíos y la incertidumbre jurídica, la discrecionalidad, la ausencia de cuerpos colegiados para la toma de decisiones, los tiempos prolongados del proceso y la ausencia de información, entre otros.

El identificar estos vacíos, las brechas interestatales y transitar del proceso actual de adopciones a un nuevo y mejor proceso es la razón por la que el DIF Nacional ha propuesto tres grandes temas a discutir en estas mesas de trabajo.

El primero, es el análisis del marco jurídico de la adopción; la segunda mesa, la revisión de los criterios para la integración familiar y la tercera, el estudio del procedimiento administrativo de la adopción.

Ustedes ya tienen la guía de participación para estas mesas que están ubicadas, saliendo del salón, a su mano derecha y los invito a llevar a cabo este trabajo en conjunto, sin perder de vista la razón fundamental y sentido final del porqué estamos aquí las niñas, los niños y adolescentes y las personas deseosas de ser padres y madres que todos hemos conocido en el hasta ahora difícil proceso de adopción, eso es lo que nos debe de buscar, ese trabajo convertirlo en un proceso que permita fortalecer a las familias mexicanas y les permita a esas niñas, niños y adolescentes encontrar la felicidad, porque si bien perdieron a sus padres biológicos pueden tener otros padres que les enseñen a cómo vivir.

Muchas gracias.

Última modificación: Jueves, 4 de Diciembre a las 10:30 por Alfonso Pérez.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=176,14/05/09,23:49hrs>

Realizará el Sistema Nacional DIF con jueces y magistrados el Segundo Foro Regional en Materia de Adopción

Miércoles, 27 de Agosto | Comunicado

Analizarán las problemáticas presentes en los procedimientos administrativo-jurisdiccionales.

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (SNDIF) realizará el Segundo Foro Regional en Materia de Adopción, los días 28 y 29 de agosto, en la ciudad de Mérida, Yucatán.

Uno de los principales objetivos de este segundo foro consiste en sensibilizar a jueces y magistrados sobre la imperiosa necesidad de agilizar el proceso para brindar, a la brevedad posible, la oportunidad a niñas, niños y adolescentes de integrarse a una familia.

Durante el evento se impartirán dos conferencias magistrales y se realizarán cuatro mesas de trabajo para analizar los instrumentos internacionales en materia de adopción y la aplicación de éstos en el derecho mexicano, así como la legislación en ese rubro.

Otros de los temas que se abordarán son las figuras de la adopción según su clasificación como plena, simple, por integración e internacional; la pérdida de la patria potestad como presupuesto de la adopción; la representación de los menores en los procedimientos de adopción por parte de las instituciones de asistencia privada; la problemática en el seguimiento de las adopciones nacionales e internacionales; y la transparencia de los procedimientos judiciales de adopción.

Durante estos dos días de trabajo, además, se analizarán las problemáticas presentes en los procedimientos administrativo-jurisdiccionales para la inserción de los pequeños en un hogar, que por derecho les corresponde. Se espera la asistencia de representantes de la Comisión Nacional de Tribunales Superiores de Justicia de los Estados Unidos Mexicanos CONATRIIB y del SNDIF.

Asimismo se contará con la presencia de magistrados y jueces, civiles y familiares; procuradores de la Defensa del Menor y la Familia y personal que interviene en la operación de los programas de regularización jurídica de menores y adopciones de los sistemas estatales DIF del sur del país, conformada por Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Este segundo foro se deriva de la firma del Convenio de Colaboración entre la CONATRIIB y el SNDIF el año pasado en Villahermosa, Tabasco, en la cual estuvo presente la presidenta del DIF Nacional, Margarita Zavala, en el marco de la 8ª Reunión Nacional de Tribunales Superiores de Justicia en materia de Informática, Planeación y Presupuestación, para incidir en la optimización de los procedimientos de adopción.

Desde entonces, ambas instancias se han dado a la tarea de generar espacios de acercamiento que permitan a los funcionarios públicos que trabajan para la protección de la infancia y la adolescencia, iniciar un intercambio abierto de aportaciones y experiencias sobre el tema.

Última modificación: Jueves, 4 de Diciembre a las 18:45 por Alfonso Pérez.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=501,14/05/09,23:15>

El DIF Nacional trabaja con jueces y magistrados en el mejoramiento de los procesos de adopción

Jueves, 28 de Agosto | Comunicado

Subraya la importancia del trabajo conjunto entre la federación y los estados para generar acciones por la niñez mexicana.

Mérida, Yucatán

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia impulsa estrategias para mejorar los procesos de adopción, con el propósito de que las niñas, niños y adolescentes se integren a una familia. Así lo indicó la directora general Jurídica de organismo, Mónica Ríos Tarín.

La funcionaria subrayó que el DIF Nacional se ha dado a la tarea de implementar una estrategia eficaz en materia de adopción, mediante el compromiso no sólo como funcionarios públicos, sino como seres humanos, para avocarse a la solución de los problemas y optimizar las tareas, así como colaborar con todos los involucrados en el proceso.

Durante el Segundo Foro Regional en Materia de Adopción SNDIF-CONTRIB, realizado en la ciudad de Mérida, Yucatán, Ríos Tarín destacó la importancia del trabajo conjunto realizado por la federación y los estados, que están generando acciones por la niñez mexicana.

Subrayó que la familia es la institución proveedora de las primeras y principales herramientas para el desarrollo pleno y, por ello, el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 busca promover el desarrollo sano e integral de las niñas y los niños del país.

Ríos Tarín aseguró que este es un evento sin precedentes, porque jueces y magistrados han tenido la disponibilidad de sentarse en mesas de trabajo para facilitarle a los sistemas DIF su tarea de integrar niños a las familias.

La funcionaria afirmó también que los Procuradores de la Defensa del Menor y la Familia e integrantes de los sistemas DIF harán llegar un pliego petitorio a los jueces y magistrados, con el propósito de mejorar los procesos de adopción.

En el Foro participan servidores públicos judiciales, magistrados, jueces, representantes de los Sistemas Estatales DIF, procuradores de la Defensa del Menor y la Familia y personal que interviene en la operación del programa de regularización jurídica de menores y adopciones de los estados de Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Última modificación: Jueves, 4 de Diciembre a las 18:41 por Alfonso Pérez.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=505,14/05/09,23:16>

El proceso de adopción protege los derechos de los niños a tener una familia

Jueves, 4 de Septiembre | Comunicado

La Titular del Sistema Nacional DIF, Cecilia Landerreche Gómez Morin, señaló que al hablar sobre adopción nos referimos a la restitución de un derecho, un derecho que México reconoció al firmar y ratificar la Convención sobre los Derechos del Niño, en el que se establece el derecho a vivir en el seno de una familia.

Al inaugurar los trabajos del Tercer Foro Regional en Materia de Adopción, en la ciudad de Guanajuato, Cecilia Landerreche indicó que durante los talleres y mesas de trabajo, todos los participantes debían poner por delante el interés superior del niño, es decir, debían trabajar para asegurar su bienestar.

Añadió que si bien es cierto que el Estado puede tener instalaciones excelentes y la facultad para proporcionarle al niño educación, salud, alimentación y todos los cuidados que necesita, también

es cierto que numerosos estudios reconocen que no puede proporcionarle el amor, el tiempo, ni la atención que sólo encontraría en una familia.

Cecilia Landerreche dijo que la adopción es una aplicación muy concreta del principio de subsidiariedad y que el Estado no debe hacer lo que la familia suele hacer mucho mejor, que es cuidar a los pequeños y establecer los primeros lazos afectivos que van a marcar toda su vida.

En este sentido, la Titular del DIF enfatizó la importancia que tiene el hecho de que los responsables de este proceso sientan en la piel el problema, y de que hagan consciencia de que se trata del destino de una vida humana en ciernes.

“No me cabe la menor duda”, añadió, “de que las ponencias y talleres que tendremos la oportunidad de escuchar en este encuentro, contribuirán con información, apoyo, experiencias, ideas y herramientas necesarias para dar continuidad al análisis y evaluación de la situación de la adopción y sus posibilidades”.

Cecilia Landerreche reiteró el compromiso del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia de trabajar, acompañar y asesorar a los estados y los municipios en la atención de estos temas y los invitó a seguir trabajando a favor de las niñas y niños y el fortalecimiento de las familias.

En este Tercer Foro Regional en Materia de Adopción, participan magistrados y jueces, civiles y familiares, procuradores de la Defensa del Menor y la Familia, así como el personal que interviene en la operación de los programas de regularización jurídica de menores y adopciones de los sistemas estatales DIF de la zona norte-centro del país.

Esta zona está conformada por las entidades federativas de Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas.

Durante los dos días de trabajo de este Foro, el director de Área y Especialista Senior del Instituto Interamericano de la Niña, el Niño y el Adolescente, Norberto I. Liwski, impartirá la conferencia magistral “La Intervención Judicial y la Protección de los Derechos de los Niños”, en tanto que el presidente del Primer Tribunal Colegiado en Materia Penal de segundo Circuito, Arturo Sánchez Valencia, abordará el tema “La aplicación de los instrumentos internacionales en los procesos judiciales de adopción para proteger el interés superior del menor”.

En las mesas de trabajo se analizará, además, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del Niño, la Convención sobre la Protección de Menores y la Cooperación en Materia de Adopción Internacional.

Última modificación: Jueves, 4 de Diciembre a las 18:34 por Alfonso Pérez.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=512,14/05/09,23:33hrs>.

ENTREVISTA CON TRABAJADORA SOCIAL

1. *¿Cuál es su nombre completo?*

Alma Leticia Dávalos Servín. Licenciada en Trabajo Social

2. *¿Cómo se llama el lugar donde trabaja y dónde está ubicado?*

Casa Hogar Ecatepense, perteneciente al DIF Ecatepec, ubicada en Segunda Cerrada de José López Portillo S/N Colonia Ejidal Emiliano Zapata, en Ecatepec estado de México.

3. *¿Cuál es su cargo dentro de esa Institución?*

Soy la Trabajadora Social de Casa Hogar Ecatepense

4. *¿Cuál es su papel como trabajadora social dentro de nuestra sociedad?*

El papel de una trabajadora social dentro de la sociedad es de gran importancia, ya que represento el vínculo entre las personas que tienen necesidades y problemas específicos, con las instituciones encargadas de solucionarlos, esto significa que no resolvemos directamente los diversos problemas sociales, sino que buscamos la institución o el medio adecuado para poder dar solución a esos problemas.

5. *¿Qué es para usted la adopción?*

La adopción en mis propias palabras lo puedo describir como la creación de una filiación a través de la cual se le brinda protección a un menor que en su momento no pudo tener las condiciones de vida que requiere para tener un desarrollo integral. Inclinandome un poco hacia el lado subjetivo me permito decir que es un acto de conciencia plena donde uno o dos adultos tienen la capacidad humana de brindar la protección y el cuidado a un menor desamparado, finalmente el ser padre no está limitado al aspecto biológico.

6. *Dígame en una palabra lo que significa para usted la adopción.*

Protección *¿Por qué?* Porque es brindarle la oportunidad a un ser de pertenecer y sentirse parte de una familia, sentirse protegido y cobijado por alguien.

7. *¿Los niños con discapacidades normalmente a quién se los ofrecen? ¿A qué tipo de personas y por qué?*

Los menores no se ofrecen, siempre lo hemos dicho, no son mercancía que puedan ofrecerse o darse a elegir; pero contestando a tú pregunta, a las parejas o personas adoptantes se les realizan una serie de valoraciones en el área médica, psicológica y de trabajo social, donde detectamos la viabilidad de la adopción, si en esas valoraciones, se detecta que tienen la capacidad económica, psicológica, cuentan con una salud estable y tienen la calidad humana de tener en sus manos a un menor con una capacidad distinta, se plantea la posibilidad de la adopción de un menor de ese tipo, sin embargo debo decir que son pocas las personas que tienen esa calidad humana.

8. *¿Considera que los trámites del DIF son más complicados que los de las Instituciones privadas?*

No tengo conocimiento veraz de los requisitos de instituciones privadas, sólo he escuchado algunos comentarios que expresan que en instituciones privadas es más sencillo y rápido, sin embargo no es algo que me atreva a afirmar, lo que si quisiera agregar es que no es un simple trámite, se trata de un ser humano, por ello en el DIF se requieren tantos requisitos para poder corroborar que las personas son idóneas para tener a su cuidado a un menor y es nuestra responsabilidad el futuro de esos niños, se que muchas personas se quejan de los trámites y requisitos, pero te repito que no estamos hablando de una mercancía, sino de un ser humano que ha pasado por situaciones complicadas.

9. *¿Considera que los trámites dentro del Distrito Federal son más complicados que los del Estado de México?*

Los trámites y el proceso son los mismos, sólo que en el Distrito Federal es más tardado y cada etapa del proceso tiene una duración más prolongada, dada la demanda, obviamente hay más solicitudes de adopción en el Distrito Federal, es por ese motivo que el proceso no es tan ágil.

10. *¿Si yo vivo en el Distrito Federal puedo adoptar en el Estado de México o viceversa?*

Aquí en el Estado, tenemos personas del Distrito Federal que han iniciado su trámite, sin embargo debo decir que una vez que se detecta la viabilidad de las personas para adoptar, se da prioridad a las personas del estado de México y lo mismo sucede con las personas que son del estado de México que adoptan en el Distrito, se les da mayor prioridad a las personas que pertenecen a la misma zona de donde se encuentra la Institución.

11. Aprueba la adopción por la vía “ilegal”, ya sea regalado o vendido?

Definitivamente no estoy de acuerdo, estoy consiente que hay diversas circunstancias que orillan a las personas a actuar de esa manera, pero imagínate lo que pasaría si no nos apegamos a la ley, eso se convertiría en un negocio redondo, no niego que en algunos casos los menores son bien cuidados, pero en otros casos los niños son explotados, o utilizados para otros fines.

12. Dentro de su experiencia laboral, las personas que desean adoptar son hombres y mujeres, entre que edades y ¿cuál es el motivo de su solicitud?

La mayoría son matrimonios entre 35 y 50 años de edad, y el principal motivo es que alguno de los dos o ambos no puede tener hijos naturales, son muy pocos los que lo hacen por ayudar a un menor en desamparo o por estar en una situación de vulnerabilidad, no obstante sí existen esas personas, aunque son las menos.

13. ¿Por qué cree que el DIF y algunas Instituciones privadas ponen obstáculos dentro de su proceso para adoptar?

No los considero obstáculos, yo puedo hablar obviamente de mi experiencia y te repito que estoy convencida de que el proceso es necesario a pesar de ser un tanto tedioso; no es sino hasta que vives las cosas cuando las entiendes puedo decirte que te encuentras parejas que son muy elitistas, que no quieren una niña o no quieren un morenito, etc., entonces por esas razones debemos cerciorarnos con quienes vamos a dejar a los menores.

14. ¿Cree que en México nos hace falta hacer conciencia sobre la adopción o más bien, es reforzar en los mexicanos el poder ayudar a un niño que no tiene familia?

Sí, definitivamente hace falta una cultura de la adopción, pero basada en valores morales, en inculcar en la conciencia de la sociedad el porqué es necesario brindar protección a los menores desprotegidos.

Formas de ayudar a un menor necesitado hay muchas, por ejemplo económicamente, realizando actividades con ellos, etc., pero yo considero que la principal necesidad es brindarle a un niño una familia, ya que en ésta es donde se forman los seres humanos, es la base que conforma nuestra personalidad, es el eje de nuestra vida, entonces por eso creo que es importante fomentar la cultura de la adopción

15. ¿Cuál considera que es la situación actual en nuestro país sobre el tema de las adopciones. Por qué en los comunicados del DIF informan que están apresurando los procesos para poder adoptar pero en realidad no se ha visto algún cambio?

No toda la parte del proceso pertenece al DIF, la realidad es que el tiempo no sólo depende de esta instancia; mira cuando un menor ingresa a casa hogar no es para darlo en adopción, primero se hace toda una investigación de los familiares y se procura la reintegración, de no existir familiares se inicia un juicio de pérdida de patria potestad para poder tomarlo como un menor en condiciones de adopción, ese juicio es tardado, y llega a suceder que para ese momento los menores ya crecieron y las parejas ya no los quieren porque no son bebés. A lo que me refiero es a que no toda la parte del proceso es nuestra responsabilidad y también en ese juicio se invierte tiempo. En Casa Hogar lo único que estamos esperando en este momento para la entrega de menores a sus padres adoptivos es que termine ese juicio.

FUENTES DE CONSULTA:

A. Deman, Catalina, *Familia, salud y sociedad: experiencias de investigación en México*, México, 1993, PP. 423.

ARIAS Galicia, Fernando, *Lecturas para el curso de metodología de la investigación*, Trillas, México, 1992, PP. 267.

BRENA, Sesma, Ingrid, *Las adopciones en México y algo más*, UNAM, México, 2005, PP. 120.

C. Aprile, Orlando, *La publicidad estratégica*, Paidós, Buenos Aires, 2000, PP. 209.

CADET, Adre, *La publicidad: del instrumento económico a la institución social*, Hispano-Europea, Barcelona, 1971, PP. 246.

CEA D'Ancona, Ma. Ángeles, *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*, Madrid, 1996, PP. 415.

COUTIS, Bernard, *Fenomenología y educación: autoconciencia y su desarrollo*, FCE, México, 1984, PP. 284.

DEUTSCH, Morton y Krauss Robert, *Teorías en Psicología social*.

DIETERICH, Heinz, *Nueva guía para la investigación científica*, Colección Ariel, México, 1997.

FROMM, Erich, *La familia*, 8ª edición, Barcelona, 1998, PP. 296.

GONZÁLEZ, Lobo, Ma. Ángeles y CARRERO, López, Enrique, *Manual de planificación de medios*, 4ª edición, Editorial ESIC, Madrid, 2006, PP. 592.

GOODE, William, *Métodos de investigación social*, 2ª edición, Editorial Trillas, México, 1990, PP. 469.

ICART Isern, M. Teresa, *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesis*, Barcelona, 2001, PP. 139.

JABLONSKI, Bernardo, *Psicología social*, México, 2002.

- KATHLEEN**, K. Reardon, *La persuasión en la comunicación*, Paidós, España, 1991, PP. 293.
- LABOVITZ**, Sanford, *La investigación social y sus aplicaciones*, Editorial El Ateneo, Argentina, 1971, PP. 108
- LEVINE**, Robert, *Cultura, conducta y personalidad*, akal editor, Madrid, 1977, PP. 430.
- LÓPEZ** Cruz, Federico, *Publicidad y Psicología*, Psique, Buenos Aires, 1956, PP. 239.
- LUQUE**, Teodoro, *Investigación de Marketing*, Ariel Economía, Barcelona, 1997, PP. 394.
- MONTERO** Simó, María José, *El marketing en las ONGD. La gestión del cambio social*, España, Editorial ETEA, PP. 277.
- MUNNÉ**, Frederic, *Entre el individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamiento interpersonal*, Editorial PPU, Barcelona, 1989, PP. 495
- ORTEGA**, Enrique, *La comunicación publicitaria*, Madrid, Editorial Pirámide, PP. 378.
- PARDINAS**, Felipe, *Metodología de investigación en ciencias sociales*, 31ª edición, Siglo XXI, México, 1989, PP. 236.
- PÉREZ**, Romero, L. *Marketing Social. Teoría y Práctica*, Pearson, México, 2004.
- RALPH** E. Anderson e Irl Carter, *La conducta humana en el medio social. Enfoque sistemático de la sociedad*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1994, PP. 356.
- ROCA**, Encarna, *Familia y cambio social: de la familia a las personas*, Madrid, 1999, PP. 277.
- ROJAS**, Soriano Raül, *Guía para realizar investigaciones sociales*, Piedra reimpresión, Editorial IPN, México, 2006, PP. 437
- ROMERO**, Servín Verónica, *La campaña publicitaria como herramienta para promover el cambio social: el caso del voto en jóvenes mexicanos en la contienda electoral 2006*, UNIrevista, Vol. 1, nº 2, UNAM, México, 2006, PP. 9.
- SÁNCHEZ** Azcona, Jorge, *Familia y sociedad*, México, 1974, PP. 98.

SCHUTZ, Alfred, Fenomenología del mundo social/Introducción a la sociología comprensiva, Paidós, Buenos Aires, 1976, PP. 279.

SOROKIN, Pitirim, Sociedad, cultura y personalidad, Editorial Aguilar, Madrid, 1960, PP. 1120.

VICTOROFF, David, La publicidad y la imagen, G.Gili, Barcelona, 1980, PP. 137.

VIQUEIRA, Carmen, Percepción y cultura: un enfoque ecológico, Ediciones de la Casa Chata, México, 1977, P.

INTERNET:

<http://dif.sip.gob.mx/dif/>, Desarrollo Integral de la familia.

<http://dif.sip.gob.mx/>, Desarrollo Integral de la familia.

<http://www.dif.df.gob.mx/dif/index.php>, Desarrollo Integral de la familia.

<http://dif.sip.gob.mx/adopcion/14/05/09,22:05hrs>, Desarrollo Integral de la familia,

http://dif.sip.gob.mx/archivos/diagnostico_adopcion.pdf,14/05/09,22:32hrs, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

http://dif.sip.gob.mx/archivos/propuestas_adopcion.pdf,14/05/09,22:47hrs, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=362,10/04/09,17:48hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=501,14/05/09,23:15hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=402,14/05/09,23:17hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=505,14/05/09,23:16hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=512,14/05/09,23:33hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=173,14/05/09,23:46hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado por Pérez, Alfonso.

<http://dif.sip.gob.mx/buscador/index.php?contenido=176,14/05/09,23:49hrs>, Desarrollo Integral de la familia, Comunicado, modificado

ENTREVISTAS

Entrevista con la licenciada en Ciencias de la Comunicación (Su verdadero nombre se omite porque la entrevistada lo solicitó)

Entrevista con la empleada doméstica que está dispuesta en regalar a su hijo (Su nombre se omite por respeto a ella y al caso que se está tratando en la tesis)

Entrevista con una Trabajadora Social que ha trabajado en el DIF y actualmente está trabajando en una casa hogar donde se adoptan niños en el Estado de México.