



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

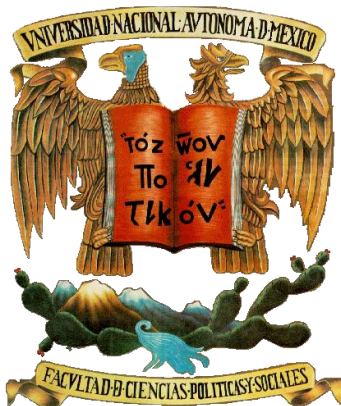
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA
PREVENIR EL MALTRATO INFANTIL: “ELLOS VEN,
ESCUCHAN Y ACTÚAN”**

**TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Con opción terminal
PUBLICIDAD**

**PRESENTA
CLAUDIA PATRICIA YSLAS PACHECO**



**ASESORA DE TESINA:
MABARACK CELIS ADELA**

Ciudad Universitaria, 2014



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.

La etapa más hermosa de mi vida sin duda alguna. Tres años en la Escuela Nacional Preparatoria #5 José Vasconcelos, donde inició mi vida universitaria; pasillos, aulas y amigos que jamás olvidaré; mi primer paso.

Universidad Nacional Autónoma de México campus Ciudad Universitaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; horas invertidas en mi formación académica pero sobre todo en mi formación personal; un gran reto que he superado, después de horas sentadas frente al monitor, visitas a la biblioteca y hemeroteca, lecturas eternas, noches de desvelo, desorden en mi horario de alimentación, lágrimas de estrés y todo esto para lograr el término de mi carrera profesional en la mejor Universidad que existe.

María Luisa Pacheco Rangel, mi madre, quien formó parte de todo este proceso, quien me alentaba a terminar la tarea; ella, quien se levantaba para hacerme mi desayuno todas las mañanas, mandarme mi *Lunch*, esa mujer que día a día me deseaba un buen día, que no se encontraba tranquila hasta que estaba en casa, ella que me obligaba a comer sin importarle cuanta tarea tenía; esa mujer se merece mi total agradecimiento pues es ella la que le puso la cereza al pastel.

Benjamín Armando Yslas, mi padre, ese hombre que ponía cara de malo cuando no obtenía buenas calificaciones, quien me preguntaba todos los días sobre mi desempeño en la universidad; él, que me pedía calificaciones a final de semestre, quien me reto a sacar más de 9 en uno de ellos; quien pasaba por mí en las noches después de hacer tarea; quien no dejó un solo día sin preguntar: “¿Cómo vas con esa tesis? Quiero verte titulada a la voz de ya”. Él quien se encargó de

hacerme una mujer responsable, una mujer que se sentía fatal por faltar a una clase. Mi padre, otra pieza clave para alcanzar la meta, mi agradecimiento es tuyo.

Mis padres son los culpables de todo, de la persona que soy, de los valores que tengo, de mi forma de ver la vida, me enseñaron que no importa que difícil sea la situación, todo tiene solución. Ellos, ellos se merecen todo.

Cerezas y cerezo, el mejor equipo de trabajo que pude tener dentro de las aulas, los mejores cómplices de vida, sólo puedo darles las gracias por todas las experiencias vividas, por mostrarme una visión diferente de la vida, por todas esas risas, por todos esos consejos, por los jalones de orejas. Ustedes siempre mis amigos eternos, mis cerezos.

Adela Mabarak Celis, mi asesora, quien sin recordarme me brindó todo su apoyo en este último jalón de la carrera, el fin y el inicio de una etapa más de esto que se llama vida. Gracias por todo su apoyo y por sus presiones para terminar.

Esto no puedo terminar sin antes agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de México, por formar a los mejores profesionistas, por crear consciencias. A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales con todos sus profesores les doy las gracias, por entregar su pasión y parte de su vida a la docencia, a nuestro desarrollo. Un orgullo ser universitaria, tener mi corazón azul y mi piel dorada.

Por mi raza hablará el espíritu.

Claudia Patricia Yslas Pacheco

Índice

Introducción.....	5
-------------------	---

1. Publicidad Social

1.1 Concepto.....	8
1.2 Objetivos de la Publicidad Social.....	11
1.3 Características de la Publicidad Social.....	17
1.4 Herramientas Publicitarias.....	24
1.5 Importancia de la Publicidad Social.....	28

2. Maltrato Infantil

2.1 Una mirada a la violencia.....	31
2.2 Antecedentes del maltrato infantil.....	38
2.3 Maltrato Infantil.....	44
2.3.1 Físico.....	46
2.3.2 Psico-emocional.....	47
2.3.3 Abandono o negligencia.....	48
2.3.4 Sexual.....	50
2.4 Consecuencias de maltrato infantil.....	56
2.5 Maltrato infantil en México.....	61
2.6 Instituciones que previenen el maltrato infantil.....	69

3. Propuesta de Campaña social para prevenir el maltrato infantil

3.1 Investigación de mercado.....	75
3.1.2 Encuesta (modelo).....	75
3.2 Resultados y gráficas de la investigación.....	80
3.3 Brief de campaña.....	110
3.4 Estrategia creativa.....	116
3.5 Estrategia de medios.....	121
3.6 Flow Chart.....	132
3.7 Ejecuciones.....	133
3.8 Conclusiones/ reflexiones.....	141
3.9 Bibliografía.....	144

Introducción

Leer, ver, enterarse de casos de maltrato infantil es una situación muy difícil de entender, comprender que niños pequeños, que no tienen la capacidad de defenderse ante ciertos actos que cometen contra ellos es complicado.

Muchos padres consideran golpear, insultar, amenazar o descuidar a un hijo es correcto para su formación, según los papás fueron educados así, es una creencia difícil de comprender y asimilar, pues no tienen el conocimiento de daños que le ocasionan al infante. El maltrato infantil es una problemática circular, se aprende desde niños y se ejerce en la etapa adulta.

El maltrato infantil es una enfermedad social que se hace presente en todos los sectores y clases sociales, que afecta el desarrollo íntegro de un menor en dónde las consecuencias se presentan en su desenvolvimiento escolar, social, personal y para terminar en lo profesional.

México tiene el más alto índice de violencia en América Latina sólo debajo de Venezuela, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) reporta que 16 mil niños mueren por maltrato infantil en toda Latinoamérica.¹

Este tipo de maltrato ha ido creciendo en la sociedad mexicana, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) indica que el 30.4% de los hogares de nuestro país sufren de violencia familiar.”²

¹ Monsivais Aguilar, Paulo, *Ocupa México el Segundo Lugar en Maltrato Infantil en Latinoamérica* en Sol de Tampico.

Esta es la situación actual y de hace muchos años no sólo en México, sino en todo el mundo, que continúa gracias a que golpear a un niño, gritarle, darle severos castigos, es aceptado por la sociedad, excusándose en que “Un golpe a tiempo a un niño es mejor que un golpe a destiempo”, “Deben entender quién es el que manda”, “Es la única forma en la que ellos entienden”. Son creencias, patrones y actitudes que se van heredando de padres a hijos formando este círculo en la problemática. Por ello se necesita que este tipo de pensamientos sean cambiados y poco a poco los padres entiendan que existe otras formas de corregir y formar sus hijos.

Esta es la razón por la cual propongo una campaña de publicidad social para que los padres cambien su percepción y comprendan que el maltrato infantil tiene severas consecuencias, que los niños aprenden lo que viven y repiten patrones.

Esta propuesta se basará en las herramientas de publicidad, siendo el caso social. La creatividad, cobertura y capacidad nos ayudará a sensibilizar y modificar las actitudes, comportamientos, ideas, valores para mejorar los problemas que aquejan a la sociedad y alcanzar el bien común.

A lo largo de esta tesina podemos encontrar toda la base teórica sobre la publicidad social, su concepto, sus objetivos, características, herramientas y su importancia. Así como una vasta investigación sobre el maltrato infantil, desde sí

² CRUZ, Santos Manuel, “Concepto de Violencia Familiar” en *Boletín de los Sistemas Nacionales Estadístico y de Información Geográfica*, Vol. 2, pág. 2.

el hombre es violento por naturaleza, sus antecedentes, los tipos de maltrato que existen, el maltrato infantil en México y las instituciones que lo previenen.

Al final la propuesta de campaña de publicidad social, la metodología completa, el estudio de mercado, los resultados y las ejecuciones de campaña con sus respectivas estrategias.

Capítulo 1

Publicidad Social

Concepto

Cambiar el comportamiento de las personas para mejorar la calidad de vida de una parte de la población no resulta una tarea fácil, muchas de las acciones que ellos realizan son costumbres que han aprendido a lo largo de su vida e incluso muchas de ellas son culturalmente aceptadas.

Para lograr un cambio de este tipo es necesario realizar una estrategia de comunicación usando diversos medios para impactar al sector de la población al que nos dirigimos y quizá a terceros; con el objetivo de lograr un cambio de actitud, una visión diferente sobre una problemática que se encuentra presente en nuestra vida diaria y que por ciertos motivos hacemos caso omiso de la misma.

Este objetivo se logra a través de la comunicación social, la cual es una comunicación de masas; en la que no existe capacidad de interacción del emisor y del receptor. Este tipo de comunicación de masas se realiza a través de los instrumentos técnicos de transmisión, los medios masivos de comunicación. Dentro de la comunicación de masas podemos encontrar la comunicación social.

Este tipo de comunicación incluye actividades con la educación, la divulgación, la propaganda, la información, las cuales están directamente relacionadas con la transmisión de conceptos ideológicos con el fin de ocasionar reacción del receptor en su ámbito social.

“La publicidad es un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado, que a través de medios masivos pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución, con objeto de informar y/o influir en su compra o aceptación”³

Se dice que es de carácter impersonal porque no existe contacto directo, personal entre los sujetos, emisor y receptor. Es controlada ya que el anunciante tiene el control del contenido del mensaje, sus expresiones creativas, los medios que lo difunden. Hace uso de los medios masivos de comunicación para que el mensaje llegue a la población. Pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución. Sirve para informar y/o influir en su compra (comportamiento) o aceptación (actitud).

La publicidad, como tal, con fines lucrativos y comerciales, es una comunicación masiva, cuya finalidad es transmitir información de la existencia de productos en el mercado y/o incidir o persuadir sobre las actitudes, creándolas, modificándolas o reforzándolas, para provocar el producto e impulsarles a un comportamiento favorable a los intereses del anunciante.

“La publicidad social es aquella comunicación cuya finalidad es la satisfacción de intereses de carácter altruista que facetan determinados segmentos de la

³ García, Uceda Mariola, *Las claves de la publicidad*, pág. 29.

población, sin que nadie pueda ser excluido normalmente de los beneficios de sus servicios. Busca difundir comportamientos para la sociedad.”⁴

Así sus emisores son diversos, van desde instituciones públicas y privadas que comunican temas sociales con intenciones educativas, servicios sociales y organizaciones que ayudan a quienes lo necesitan, enfocados a diferentes problemas y que emplean la publicidad con diversas intenciones, dependiendo del tema a tratar.

Este tipo de comunicación es la aplicación de las estrategias de la publicidad comercial, para la ejecución de una campaña diseñada a sensibilizar e influir en el comportamiento para mejorar su bienestar personal así como el de la sociedad.⁵

Crea un cambio voluntario del comportamiento a través de la persuasión y su técnica está basada en una intensa búsqueda, relacionada con las necesidades, deseos y barreras por el segmento meta. Se aplica una serie de técnicas y conceptos para desarrollar el cambio. Siempre al tocar un tema que aqueja a la sociedad, se ve involucrado un alto grado de implicación de sentimientos o emociones; por lo que es necesario que los canales de comunicación sean adecuados y que los mensajes sean intangibles, entretenidos y directos para el público al que se va a dirigir.

Es fruto de las necesidades de los emisores que tienen como una de las responsabilidades la promoción consciente de determinados valores y la

⁴ *Ídem*, pág. 74

⁵ Leal, Jiménez Antonio, *Gestión del Marketing Social*.

representación de situaciones y realidades cotidianas marcadas por el peligro, la tragedia o la injusticia y también la transmisión de alternativas y posibles soluciones.

Objetivos de la publicidad social

La publicidad social transmite creencias sobre objetos sociales. Una creencia es algo más que un elemento de información, es también el sentimiento de que esta información es veraz, creíble. La información es la parte razonable de la realidad, pero no es afectivo que nos une a la información, lo que hace creíble, es el resultado de la vivencia subjetiva de esa parte de la realidad.⁶

Uno de los principales retos de este tipo de publicidad es orientar a la comunicación hacia una nueva labor que busque sobre todo la participación social creando situaciones activas donde las personas asuman tareas colectivas para conseguir derechos, autonomía, reconocimiento y denuncia. Para que la publicidad social sea efectiva, aquellas quienes la reciben deben estar dispuestas a cambiar. La publicidad social mueve a la acción y participación.

Las diferencias entre publicidad social y publicidad comercial radica en:

⁶J. Benet, Vicent y Nos Aldás Eliosa, *La publicidad en el tercer sector. Tendencias y perspectivas*

Publicidad Social	Publicidad Comercial
Da a conocer una idea	Da a conocer un producto
Vende comportamientos	Vende producto/marca
Busca la participación social	Busca el reconocimiento de una marca
Beneficio a largo plazo	Beneficio a corto y media plazo
Motivada por un problema social	Motivada por el deseo de compra
Beneficiarios: La sociedad	Beneficiario: Marca
Informa y persuade sobre una problemática social	Informa e incita a la compra de algún artículo

La publicidad social vende comportamientos, para lograr que una buena estrategia dé resultados es necesario que su segmento meta realice alguna de las siguientes acciones: a) acepte una nueva actitud; b) rechace su anterior comportamiento (indeseable); c) modifique su conducta activa; d) abandone su actitud indeseable.⁷

Con esta estrategia no se puede prometer un beneficio inmediato sobre su propósito de la adopción en el cambio de actitud, pues en muchas ocasiones se topa con creencias muy arraigadas en el grupo objetivo.

⁷Kotler, Philip; Roberto Ned; Lee Nancy, *Social Marketing. Influencing behaviors for good*

La comunicación publicitaria con fines sociales se identifica por sus objetivos. Está motivada por un problema social y colectivo del cual se delimita un objetivo de comunicación adecuado para contrarrestar dicho problema.

“Los objetivos globales de la comunicación publicitaria son informar y persuadir”⁸

- ❖ Informar es transmitir un conocimiento, lo que no se puede deslindar la forma de comunicarlo. Se transmiten datos idóneos, bajo una forma concreta, que asegure la consecución del objetivo que se persigue. Se informa todo aquello del producto/ servicio o idea que pueda interesar al receptor para que adopte la decisión de adquirirlo o aceptar y convierte la información en un argumento de persuasión.
- ❖ Persuadir es convencer y para ello, hace falta motivar. La publicidad sólo hace uso de la información que motiva, que induce al público a adquirir el producto o idea que lo satisfecerá, ya sea en el aspecto material o emocional.⁹

Su fin último es el cambio de actitud referente a una problemática social, que incluso lo lleve a la acción para contrarrestar las consecuencias de ésta y obtener el mejoramiento del sector afectado, así como la satisfacción de terceras personas sobre la disminución de la problemática.

Una campaña de publicidad social puede modificar las actitudes profundamente arraigadas, más cuando aportan información adicional sobre el problema del que

⁸ García, Op. Cit., Pág. 34

⁹ *Ibidem*

hablan de manera que modifique la opinión del receptor o si ofrece nuevos puntos de vista para cambiar la percepción y la valoración del problema.

Para lograr un cambio individual, la publicidad debe actuar sobre tres componentes en la actitud, el primer elemento de tipo informativo, lo que se conoce sobre determinado tema; un segundo elemento de tipo valorativo o afectivo, los sentimientos del individuo ante cierto tema y el tercer elemento que marca de manera importante el comportamiento, la predisposición para la acción.¹⁰

Sin embargo las campañas de este tipo no sólo deben aportar información, sino que éstas serán presentadas al público usando un tono afectivo que desee promover la implicación sentimental del espectador.

Los objetivos de este tipo de comunicación publicitaria va a depender del emisor, de los resultados que éste quiera obtener, una campaña de publicidad social siempre tendrá como principal objetivo la sensibilización de la población sobre el problema que abarca, sin embargo dentro de sus objetivos también dependerá el tipo de acción que el emisor desea que la población realice.

La publicidad social tiene tres vertientes en las cuales la estrategia va a estar dirigida. De acuerdo a Eloísa Nos Aldás muestra un esquema como el que se presenta a continuación:

¹⁰ J. Benet, Op. Cit.



La elección de alguno de estos objetivos depende de las necesidades del emisor.

- ❖ La recaudación de fondos radica en presentar la problemática a través de una campaña e invitar a la población a participar de manera económica, para que el emisor sea quien realice toda la acción de apoyo a quienes se encuentran inmersos dentro del conflicto. Este tipo de publicidad tiene ciertos problemas, en muchas ocasiones las personas no tienen la seguridad de que el emisor hará uso de sus donativos para el fin que propuso, además de que la sensibilización que obtuvieron es momentánea.
- ❖ Legitimación de los actores sociales. Este tipo de campañas sólo tienen el objetivo de dar a conocer una institución sin fines de lucro que lucha contra cierta problemática para disminuir y contrarrestar sus consecuencias dentro de la sociedad, sólo se dan a conocer como institución con causa social.
- ❖ Promover el cambio social a través de una educación cívica, aquí el emisor trata de obtener la sensibilización y lograr educar a los receptores acerca

de la problemática que ellos atacan. Esto se logra brindando información sobre el asunto, las consecuencias que éste provoca y las formas en las que como persona pueden tomar acción. Este objetivo se obtiene a un largo plazo, pues al hablar de educación es necesario llevar a cabo un proceso que tiene cierta duración. Asimismo este último obtiene la sensibilización del grupo objetivo y terceros, lo cual los llevará a la acción y así poco a poco existirá una disminución del conflicto.

La publicidad social es pensar acerca del proceso de cambio del comportamiento, radicalmente distinto de lo que otros han hecho dentro del mercado del cambio social, es necesaria la aplicación de una serie de conceptos y técnicas para desarrollar el cambio.

Para conseguir estos cambios beneficiosos en los comportamientos sociales de la población adoptante, es necesario incidir tanto en las variaciones de actitudes de los individuos como de los grupos afectados dentro de una comunidad y de la sociedad en general, transformando conductas adversas en productivas.

En especial se hace necesario analizar el comportamiento actual de la población objetivo y ver cuáles son los potenciales y frenos más significativos para así elaborar un programa de actuación.¹¹

¹¹Leal, Op. Cit.

El fin de la publicidad social es el beneficiar al individuo o a la sociedad y no a la entidad que lo aplica, es sin fines de lucro y va enfocado a mejorar el bienestar social.

Es una estrategia de transformación social, su objetivo es influir en el comportamiento de las personas, para esto es necesario inducirlos al cambio, aunque a menudo se topa con variar actitudes y creencias de las personas. El cambio en el comportamiento debe ser voluntario.

Características de la Publicidad Social

La publicidad social cuenta con ciertas características que la diferencian de otras estrategias de comunicación; este tipo de comunicación publicitaria es una información basada en las motivaciones del público a quien se dirige, se caracteriza por ser parcial, ya que crea su propia noticia en la forma y tiempo que le interesa, es decir, es el emisor quien decide cuándo, cómo, para qué y el fin último de la campaña.

La publicidad social tiene dos características que la definen, esto con el objetivo de lograr su fin:

- ❖ **Capacidad informativa.** Es a través de la publicidad que se indica la existencia de determinados servicios, ideas, problemáticas sociales y se comunican sus características y la forma de contrarrestarlas.

- ❖ Fuerza persuasiva. En este aspecto la publicidad tiene una fuerte carga de intencionalidad, ya que trata de convencer al público para adoptar cierto comportamiento, por lo que se presenta la problemática de la manera más directa posible.

Asimismo la publicidad para que pueda lograr su objetivo debe contar con ciertos elementos característicos: sujeto emisor, sujeto receptor, objeto, medio y fin.

- ❖ Sujeto emisor. Es aquella persona física o jurídica que lanza el mensaje publicitario, éste se denomina anunciante. Cualquier persona o entidad está legalmente capacitado para emitir anuncios. Se incluyen además de individuos, empresas públicas o privadas, las instituciones sin fines de lucro y las instituciones políticas.

Este anunciante debe tener un bien, servicio o idea que ofrecer y decidir utilizar la publicidad como instrumento. En las campañas sociales lo que se ofrece es una idea, en beneficio de la sociedad, aquí el objetivo es convencer.

- ❖ Sujeto receptor. “Las personas a las que se dirige el mensaje publicitario o a las que éste alcance.”¹² Es el conjunto de personas a las que se dirige el anuncio. Este sujeto receptor puede considerarse al consumidor final, es decir, a quién se dirigió la publicidad; quién realizará la compra en caso de

¹² González, Lobo Ma. Ángeles, *Manual de publicidad*. Pág. 36

ser comercial o quién adquirirá la idea emitida en caso de la publicidad social.

El grupo al que se va a dirigir la publicidad social entre más homogéneo, es decir, entre más cosas en común tengan (nivel socioeconómico, intereses, gustos pasa tiempo, por ejemplo.) resultará más fácil crear un mensaje adecuado. En caso de la publicidad social el grupo al cual nos vamos a dirigir es aquel que sufre el problema o aquellos que lo presencian, de modo que éstos adopten la idea que transmite la estrategia o lo haga cambiar de opinión acerca del mismo; de igual forma dicha campaña publicitaria llega a terceras personas que no se encuentran inmersas dentro del problema, sin embargo podrían estar dispuestas a cooperar para disminuirlo, previniéndolo dentro de su familia directa o cercana y si es su caso denunciándolo en caso de presenciarlo.

Para definir de manera correcta un grupo objetivo es necesario elegirlo de acuerdo a las características del consumidor y/o su comportamiento. Cuando hablamos de las características del consumidor incluyen variables demográficas, económicas, geográficas o psicográficas. Al hablar de su comportamiento me refiero a la actitud hacia la problemática:

- “Características socio-demográficas son comúnmente utilizadas de sexo, edad, clase social, tamaño de la población de residencia, región, puesto que la persona ocupa en el hogar”¹³
- “Criterios psicográficos. Son los que describen al individuo no tanto por sus características físicas, como por sus características mentales: actitudes, hábitos, centros de interés. Se tienen en cuenta estilos de vida, utilización del tiempo libre.”¹⁴ La segmentación basada en el comportamiento cuenta con varios factores según la actitud hacia el producto/problemática, el adoptante tiene una postura favorable, desfavorable o indiferente.
- ❖ Objeto de la publicidad. El objeto de la publicidad social es el cambio de comportamiento, la aceptación de una nueva actitud, el abandono de la anterior, la modificación de conducta y la acción.
- ❖ Medios publicitarios. Son los vehículos en los que se insertan los anuncios. Por lo general casi todos los medios publicitarios son también medios de comunicación de masas, cuyo fin es proporcionar información distinta a la publicidad y que gracias a su alcance utilizan para la inserción de la publicidad.

¹³ *Ídem*, pág. 40

¹⁴ *Ídem*, pág. 42

- ❖ Fin de la publicidad social. El fin último de la publicidad social es el cambio de actitud de cierto sector de la población, es el deshecho de los malos comportamientos y la fijación o el interés en cierta problemática.¹⁵

Así los elementos característicos que forman a la publicidad social, cada uno de ellos cumple una función en específico que logra que la estrategia se lleve de manera correcta y que su objetivo se cumpla, éstos últimos son también elementos característicos de la publicidad comercial, deben adaptarse al tipo de publicidad que se lleva a cabo.

Otro rasgo característico de la publicidad social es que está basada en una estrategia discursiva, su poder de atracción de persuasión, de argumentación, de influir en el cambio de conducta.

Los mensajes publicitarios son elaborados con el fin último de ser eficaz, es decir, de conseguir sus objetivos a través de una interacción con el grupo objetivo.

Las temáticas sociales siempre están involucradas con entramado social, político, económico y cultural, por lo que el emisor no puede descuidar responsabilidades como la mediación social, sensibilización ciudadanía hacia una mayor solidaridad colectiva, a la organización de una sociedad civil activa.

Los mensajes que caracterizan a la publicidad social deben cumplir con alguna de las siguientes funciones:

¹⁵ González, Op. Cit.

- ❖ Promover la toma de consciencia de la problemática, comprender sus causas y soluciones para su mejor conocimiento.
- ❖ Aumentar la voluntad de participación en el debate para sostener una acción colectiva.
- ❖ Intensificar la solidaridad entre las personas que se encuentran inmersas dentro del problema y las personas que no lo están. ¹⁶

La publicidad social se caracteriza por sus objetivos, los cuales son lograr: a) dar a conocer cierta problemática; b) sensibilizar al grupo objetivo; c) cambiar su punto de vista acerca de la problemática, d) lograr un cambio de actitud; y e) incitar a la acción para disminuir o contrarrestar los resultados/consecuencias del problema social.

“La comunicación publicitaria se encuentra irremediamente unida a una determinada responsabilidad de su creatividad”¹⁷, logrando que el receptor se interese en ésta y llegar al objetivo final, la sensibilización y el cambio de actitud. En este sentido se habla de una eficacia sociocultural, educativa y transformativa, como consecuencia de esa responsabilidad de educación y transformación social.

Estos aspectos nos dirigen a otro, una solidaridad comunicativa por parte de quien la emite, que favorecerá la promoción de actitudes solidarias en el público. “(...) asumir la solidaridad comunicativa como una premisa para la elaboración de los mensajes implicará buscar formas de hablar con sinceridad a la opinión pública

¹⁶ *Ibidem.*

¹⁷ *Ídem*, pág. 215

como los interlocutores válidos para la transformación de las estructuras de injusticia y fomentar redes de comprensión de los problemas existentes.”¹⁸ Así el grupo objetivo deja de concebirse como consumidor para ser percibido como ciudadano, como actor social.

Al hablar de sensibilización hago referencia a la forma consciente de fomentar ideas y compromisos; de educación como objetivo y consecuencia de una serie de creencias por medio de la adquisición de nuevos valores a largo plazo.

Una campaña de publicidad tiene que adaptarse a ciertos objetivos, dependiendo de la problemática que va a tocar, los valores o actitudes del grupo objetivo al que se dirige. Por ejemplo no será lo mismo transmitir consejos o beneficios sobre la acción de reciclaje y el cuidado del medio ambiente a tratar de cambiar la visión o conducta de la población sobre el maltrato a la mujer.

La sensibilización es el resultado de un proceso de comunicación que busca informar, formar y transformar. “(...) la sensibilización implica –abrirse a una nueva realidad-, -mirarla a la cara-, -poner nombre- y –dejarse afectar por ella- para actuar en consecuencia.”¹⁹

Toda comunicación que pretenda lograr un cambio de actitud, necesita servirse de acciones creativas que le ayuden y faciliten presentar la realidad de la que habla de una forma interesante y que capte la atención del público de manera inmediata, precisa encontrar modos de contar las cosas y que al percatarse de su relevancia

¹⁸ Nos, Aldás, Op. Cit. Pág. 245.

¹⁹ *Ídem*, pág. 274

social quiera formar parte de los proyectos o actitudes que se les proponen. Contar sus propuestas de lenguaje del público que los llevan a la sociedad de prestar atención, a comprender lo que se les dice a sentir su importancia y querer actuar en consecuencia.

“La publicidad social es descriptiva, mostrar al receptor las claves que definen los temas en los que quiere que se implique. En otras palabras, potencia la propia realidad, se acerca a las particularidades desde las circunstancias que pone a debate, para permitir al receptor conocerlas y comprenderlas, para inculcarle empaparse de ella. La publicidad social tiene que abrirnos los ojos de manera diferente sobre la realidad misma, sobre su crudeza”²⁰

Asimismo este tipo de comunicación se caracteriza por dar a conocer situaciones que hay que afrontar, abrirle los ojos a la sociedad, despertar su conciencia social para realizar propuestas concretas y transmitir una postura solidaria.

Herramientas Publicitarias

Para que la publicidad social cumpla con lo mencionado anteriormente, cambiar el comportamiento de cierto sector es necesario que haga uso de determinadas herramientas para llegar a ellos.

²⁰ *Ídem*, pág. 281

Ésta hace uso de la persuasión emotiva; la cual se basa en el hecho de que la conducta es emocional, este campo es el mayor recurso para la comunicación publicitaria.²¹

“Se habla de un enfoque persuasivo, “la acción” tiene lugar, sólo si la gente está suficientemente motivada. Así, el objetivo de la persona persuadida es descubrir las razones y motivaciones que puedes hacer desistir al consumidor de sus creencias. Este enfoque subyace en la publicidad social. La publicidad promueve las causas, no los motivos. (...) el emisor adopta un enfoque centrado en el consumidor y asume que el cambio en esto sólo se producirá si se empieza desde su propia realidad y adopta los mensajes y los demás elementos del programa de comunicación, a las percepciones, necesidades y deseos de los consumidores.”²²

Incorpora nuevas imágenes y nuevos sentimientos en la mente del espectador que desequilibran el orden que éste había establecido. Para eliminar la disonancia resultante, el espectador busca un nuevo equilibrio, lo que le obliga a un reemplazamiento de sus puntos de vista o por hablar en otros términos modifica su actitud.

Esta herramienta es utilizada en el discurso y en las imágenes que van a utilizar en las ejecuciones, sin embargo también es necesario la utilización de herramientas tangibles para que lleguen a su grupo objetivo de una manera directa y logre el impacto que el emisor desea.

²¹ García, Op. Cit.

²² Leal, Op. Cit. Pág. 57

Para que esta estrategia tenga contacto, de manera directa con su grupo objetivo, hace uso de los medios de comunicación, a través de su mensaje (anuncio) en el que viene ya incluida la persuasión emotiva para llegar hasta los sentimientos de cada persona y lograr la sensibilización de éstas hacia la problemática tratada.

Medios publicitarios

“Denominamos medios publicitarios a los vehículos en los que se inserta la publicidad (...) Medio publicitario es en muchos casos sinónimo de medio de comunicación de masas (...) el nacimiento y desarrollo de los medios de comunicación fue a la vez causa y efecto del nacimiento y desarrollo de la publicidad en su sentido actual.”²³

Los medios de comunicación social son sistemas de transmisión que se difunden a un gran número de receptores, a través de una serie de técnicas y canales. Éstos tienen como característica que ejercen una poderosa influencia en la sociedad, lo que se les denomina medio de difusión masiva o *mass media*, que a través de ellos, las personas se informan. Los más importantes son: la prensa, la radio y la televisión, a éstos también se les puede sumar el internet; se han utilizado como instrumentos para generar audiencias, crear un público potencialmente comprador y crear opinión y conciencias. Por eso se les considera medios publicitarios.

²³ González, Op. Cit., Pág. 191

Una clasificación tradicional de estos medios de comunicación social es la siguiente:

- ❖ Medios impresos
- ❖ Medios auditivos
- ❖ Medios audiovisuales
- ❖ Medios multi-mediáticos²⁴

La relación que ejercen la publicidad y los medios de comunicación va a depender del tipo de impacto, esto es clave para la elección de medios; aquí influye la audiencia que contienen estos medios. “Cada medio crea su proyecto y lo ofrece al público, éste reacciona según lo ofrecido coincida con sus propios gustos y expectativas, produciendo audiencias mayores o menores.”²⁵

Esto por ejemplo no pasa con los medios exteriores (Espectaculares, vallas y para-buses, por ejemplo.) que tiene efectos publicitarios importantes; la audiencia se basa en características propias; se exponen ante todas las personas que salen de casa.

El contenido de los medios, programas que los forman, es otro factor importante, las personas se sienten atraídas por el contenido y dentro de esto se inserta la publicidad; asimismo cada uno de los programas tiene un sector al que llegará

²⁴ García, Op. Cit. Pág. 377-378

²⁵ González, Op. Cit. Pág. 192

(amas de casa, niños, jóvenes y padres de familia.), los mismos que tienen que empatar con el grupo objetivo de la campaña.

Importancia de la publicidad social

Al hablar de un fenómeno social nos encontramos con un problema difícil para la comunicación, en muchas ocasiones hablamos de un conflicto cultural serio que ha permanecido desde tiempo atrás o es nuevo dentro de la sociedad.

La publicidad y la comunicación forman parte de nuestras vidas, por el lugar en donde vayamos, donde nos encontremos un medio de comunicación estará cerca de nosotros. Éstos actúan como parte esencial para que los mensajes lleguen a su grupo objetivo.

Las estrategias de comunicación al tener alto grado de impacto en la sociedad se puede lograr una mayor sensibilización tanto en el grupo objetivo como en terceros (todos aquéllos que la perciben).

Las campañas de publicidad social pueden llegar a modificar actitudes, sin embargo también se enfrenta a una serie de obstáculos, pues está dirigida a personas, sentimientos, comportamientos y creencias muy arraigadas que son difíciles de cambiar, a pesar de ello para lograr con este cambio, es necesario que se ofrezca al grupo objetivo información adicional sobre el problema que toca, para pasar por un proceso de sensibilización hasta lograr el cambio de actitud.

Entre los principales retos de este tipo de publicidad es lograr la participación social, crear situaciones activas en dónde realicen acciones colectivas para un beneficio; para llegar a esto es necesario que las personas estén dispuestas a cambiar, esta estrategia comunicativa los motiva para hacerlo, motiva a la participación.

La fuerza de la publicidad en la transmisión de mensajes con causa puede servir para seguir evolucionando, para conseguir un mayor grado de sensibilidad ante los problemas e injusticias sociales y ayudar a los ciudadanos en sus capacidades, adaptar actitudes y comportamientos que estén dirigidos a aumentar el progreso, a conductas tipo pro-social y altruistas, que no sólo benefician a las relaciones entre individuos, sino sobre todo ayudar al individuo a encontrar su propio bienestar, así la comunicación publicitaria se emplea cada vez más para difundir informaciones y promover el consenso sobre temas que son considerados de utilidad pública.²⁶

“La publicidad social debe encontrarse consciente de que sus decisiones comunicativas condicionan la realidad y favorecen a un tipo concreto de la sociedad. Y de esta consciencia, de la influencia de la publicidad en la transformación de la realidad se pone a trabajar para conseguir las responsabilidades de sus receptores, fomentando los valores socialmente establecidos, quedando en segundo plano la rentabilidad particular.”²⁷

²⁶ Martín, Luis Rodrigo, *Publicidad y consumo. Nuevas modas, viejas causas y valores sociales*.

²⁷ *Ídem*, pág. 14

Es necesario el desarrollo de estrategias publicitarias a largo plazo, así se encontrará presente en la mente del receptor durante un largo tiempo para que éste logre cambiar su percepción ante la problemática; la publicidad social es quien acompañará al individuo durante todo el proceso que implica el cambio y que los dirija a la acción.

Entre los objetivos de la publicidad se encuentra la sensibilización de la población, el cambio de percepción ante un problema; su fin último es llevarlos a la acción, de esta manera se puede lograr la disminución del problema dentro de la sociedad y en el mejor de los casos a un largo plazo la desaparición del mismo.

Capítulo 2

Maltrato Infantil

Una mirada a la Violencia

“Vivimos en un mundo de violencia. La vemos por doquier, en las calles, en el periódico, en la televisión. Parecería ser la piedra de toque que caracteriza, por desgracia a nuestro tiempo”²⁸

Se dice que el ser humano es violento por naturaleza, incluso que se podría hacer una comparación con los animales, los cuales luchan contra sus semejantes y matan a los de otras especies del reino animal, sin embargo lo hacen para comer mientras que el ser humano por poder.

Nuestra existencia se debe a la cooperación de los *Australopithecus* quienes comenzaron a hacer uso de aquellas cosas de la naturaleza para poder conseguir, destruir algunos alimentos y así poder sobrevivir, su cooperación grupal fue la clave para que siguiera evolucionando la especie hasta convertirse en *Homo Erectus*, quienes desarrollaron la inteligencia asociativa (manos, cerebro, útiles, piedras) que dio pauta para crear la cultura, con ello también se presentan acciones de socialización, de cooperación hasta evolucionar a *Homo Sapiens-Sapiens*, nosotros.²⁹

²⁸ Genovés, Santiago, *Expedición a la violencia*, pág. 15

²⁹ *Ibidem* pág. 19-20

“Parece que las guerras son un fenómeno tardío en la historia de la humanidad. (...) no es seguro que los primeros hombres hayan vivido en guerra, no es seguro que las primeras herramientas hayan sido armas especializadas, los choques y los combates entre los grupos humanos más bien parecen ser ocasionales.”³⁰

Gracias a la cooperación de nuestros antepasados se lograron grandes avances, con esto una forma de demostrar que si el ser humano se decidiera a cooperar con todos el planeta Tierra fuera otro, sin violencia; no es violento desde sus inicios, éste fenómeno se presenta tiempo después.

La Declaración sobre la Violencia redactado por las autoridades de Sevilla, representantes de la UNESCO de España y hombres de ciencia, exponen algunos hallazgos biológicos que han sido utilizados para justificar la violencia y la guerra.

Son varios los argumentos en los que algunas personas se basan para justificar la violencia y sin embargo muchos de ellos no tienen comprobación científica:

- ❖ Es incorrecto que el ser humano ha heredado de sus semejantes animales la predisposición para hacer la guerra, ésta es un fenómeno característico de los humanos no de los animales, ellos matan para comer.
- ❖ Es incorrecto que con el trascurso de la evolución humana haya existido una selección para el comportamiento agresivo mayor que para otro tipo de conducta, la agresión, violencia no viene predeterminada en

³⁰ Tecla, Alfredo, *Antropología de la violencia*, pág. 38

condiciones normales. La violencia no está ni en nuestros genes ni en nuestra evolución.

- ❖ Es incorrecto decir que el ser humano tiene “mente violenta”, si bien se cuenta con un aparato nervioso para actuar violentamente, pero no se activa automáticamente. La forma de actuar depende de cómo hayan sido condicionado y socializado, nada en la constitución neurofisiológica impulsa a reaccionar violentamente.
- ❖ También es incorrecto que la guerra es una consecuencia del instinto o de alguna motivación. La guerra sólo es el recorrido de los factores emocionales y de motivación a la supremacía de factores cognoscitivos (características personales como obediencia, la sugestibilidad y el idealismo).³¹

“Afirmamos que la biología no condena a la humanidad a hacer la guerra”³²

Así es como queda demostrado que en los inicios del *homo Sapiens-Sapiens* no era un ser violento, fue con los avances que comenzaron a existir diferencias y comenzó la violencia, principalmente para ver quien obtenía el liderazgo ante todos los demás pues el hombre es el único animal que mata en masa a su semejantes por intereses materiales.

³¹ Genovés, Santiago, Op. Cit., Pág. 27-30

³² *Ibidem*, pág. 30

Aún con la existencia de la civilización, la violencia no se hacía presente entre los individuos, fue hasta después cuando hubo intereses de bienes entre los grupos.

La forma en la que nos comportemos depende mucho de la manera en la que el ser humano es educado, el medio en el que se desarrolla. “No son los genes los que llevan inscrita la violencia. Es la educación, la mala educación que hemos recibido.”³³ El hombre no nace bueno ni malo por naturaleza, sino es producto de las circunstancias.

A lo largo del tiempo han existido varias fuentes que generan violencia, muchas de ellas de carácter religioso, socio-económico-político. Se encuentra presente la violencia en la biblia, este documento histórico “divino”, que puede ser considerado como historia de la violencia, pues se entiende el concepto de Dios como un ser todopoderoso que castiga y expulsa del paraíso a los seres vivos. La violencia forma parte de la religión.

Sin embargo no es lo único, hace siglos desde Roma y aún antes, las diferencias raciales basadas en el color de piel, en la forma del pelo, en la forma de los labios o de la nariz.³⁴ Siendo este uno de los principales factores de violencia, la discriminación racial se cree que existe una raza superior y una inferior, sin darse cuenta que cada persona tiene habilidades diferentes, a pesar de que biológicamente existen razas, no todas cuentan con la misma complejión fisiológica, no significa que exista alguna raza superior a otra.

³³ *Ibidem*, pág. 85

³⁴ *Ibidem*, pág. 86-87

“La raza es, pues, un concepto evolutivo, adaptativo, cambiante, en los animales como en el hombre, así es evidente que ninguna raza es totalmente para siempre superior o inferior a otra.”³⁵

A lo largo de la historia algunos filósofos importantes afirmaban que existían razas superiores e inferiores, que tenía ya su futuro destinado, Aristóteles afirmaba que los pueblos nórdicos por ejemplo eran bárbaros y que habían nacido para ser esclavos; por su parte Cicerón decía que los celtas eran estúpidos e incapaces de recibir educación.³⁶

Platón por su parte creía que el Estado tenía el derecho de mentir y de ejercer la violencia, que los sabios y los hombres de oro debían dirigir a la sociedad. Asimismo Platón y Aristóteles consideraban la esclavitud como natural, de tal modo que la violencia estaba justificada.³⁷ A pesar de ello, hace algunos años se reunieron 22 hombres y mujeres de ciencia e integraron la *Declaración de la Raza. Interdisciplinaria. Internacional, Apolítica*, en la cual explican que en el ser humano no existe una “raza pura” y que aún ni en las capacidades hereditarias referentes a la inteligencia, en el desarrollo cultural, ni en rasgos físicos, no se encuentra justificación alguna para afirmar el concepto de raza inferiores o superiores.³⁸

Así la violencia entre las personas son por razones injustificadas, por excusas que él mismo inventa, por intentar ser superior a su semejante. En el ser humano la

³⁵ Ibidem, pág. 88

³⁶ Idem

³⁷ Tecla, Alfredo, Op. Cit.

³⁸ Genovés, Santiago, Op. Cit.

violencia no es un comportamiento nato, ésta se presenta de acuerdo a la forma en que es educado y entorno que lo rodea.

“...nos enteramos o leemos tanto sobre violencia, amén de los crímenes de siempre, de violencia ordinaria, que ya nos parece como si la propia vida no fuese otra cosa que violencia”³⁹

La búsqueda de liderazgo es otro factor que genera violencia, pues se hace presente una lucha constante para conseguirlo.”La búsqueda de liderazgo es la causa principal de violencia entre los hombres, en este planeta llamado Tierra. La búsqueda despiadada del mismo, lo que ha acarreado violencia sin fin. Desde lo personal en una sociedad determinada hasta la nacional en una sociedad de naciones.”⁴⁰ Una búsqueda de violencia externa.

Toda sociedad tiene rasgos comunes como la unidad de la especie a través de la lucha por la existencia, la adaptabilidad del individuo a una sociedad y la subordinación de los intereses del individuo a los intereses del grupo. Es así como la sociedad modela al individuo pero no duda en eliminar a alguno de los miembros cuando juzga a la sociedad en su conjunto.⁴¹

La violencia desde un punto interno es la que se presenta en la familia, ésta se debe a una serie de factores que intervienen para que se presente, se habla del síndrome de Beauvoir, plantea que el matrimonio es enajenante y peligroso; para los hombres que se encuentran con obligaciones hacia la familia a la cual debe

³⁹ Ibídem, pág. 198

⁴⁰ Ibídem, pág. 211

⁴¹Tecla, Alfredo, Op. Cit.

mantener; para las mujeres porque son dependientes económicamente y para los niños porque sus padres desahogan sus frustraciones en ellos.⁴²

Es aquí donde empieza la educación del ser humano, pues los conceptos, los valores y las emociones no son algo congénito, sino que son transmitidos por la sociedad y en particular por el grupo social en el cual nos encontramos inmersos. En primer lugar es la familia la que influye en su formación, después los grupos de referencia (escuela, amigos, medios de comunicación).

Principalmente la violencia dentro de la familia se ejerce sobre los más débiles, es decir, mujeres y niños. Es en esta institución que se permite la violencia física y emocional como cachetadas, alguna nalgada, la represión hacia algún miembro y/o amenazas, siendo esto un grado superior al que se permite fuera con otros individuos.

La violencia se hace presente en todos los estratos sociales, en la mayoría de las naciones, desde el núcleo de la sociedad, en muchas de ellas se presenta de manera contante y con severos daños para algún miembro, ya sea física o psicológica, así se hace presente el maltrato infantil.

“El fuerte y por desgracia aún en ésta, la mejor de las imperfecciones de Estado llamada Democracia existe, todavía, la ley del más fuerte. Del poder que todo lo puede y que todo lo excusa a sí mismo.

⁴²Genovés, Santiago, Op. Cit.

Antecedentes del Maltrato Infantil

Maltrato Infantil, un fenómeno que se cree reciente por su cercana preocupación sobre los malos tratos que sufren los niños, ahora sufren repercusiones legales y éticas, sin embargo este problema “actual” tiene su historia, su pasado, se podría hablar de creencias muy arraigadas en la población, pero que no conocen de dónde viene, ni por eso son correctos los malos tratos que sufren los niños.

Para hablar de maltrato infantil es necesario echar un vistazo a la historia de la humanidad, pues desde su inicio los niños han sufrido de malos tratos; es un fenómeno universal que no tiene límites culturales, sociales ni geográficos. El maltrato infantil es tan antiguo como la humanidad misma.

Conforme ha pasado el tiempo la imagen y concepto de dicho fenómeno ha ido evolucionando/ cambiando pues lo que en el mundo antiguo era un acontecimiento normal que no tenía repercusiones éticas ni legales, incluso esta práctica ha sido justificada históricamente, era un procedimiento de control de natalidad, ahora son actos o aceptados por la sociedad y castigados.

El maltrato infantil existe desde el inicio de la humanidad, desde la antigüedad se conocen diversas formas de maltrato a niños.”Las creencias religiosas en Egipto, en la India o China daban al padre la potestad de disponer de la vida de sus hijos recién nacidos para ser ofrendados como sacrificio purificador a los dioses.”⁴³

⁴³ Soriano, Andrés, *Hablamos de Maltrato Infantil*, pág. 14

Existen varios ejemplos que muestran como los niños han sido asesinados en la antigüedad “el Rey Herodes por miedo a que Jesús le hiciera perder su trono mandó a asesinar a todos los niños de su reino, menores de dos años”.⁴⁴

En el contexto religioso el profeta Mahoma también promovía la práctica del infanticidio a mujeres, de igual forma el rey babilónico Nemrod que ejecutó a más de 70.000 niños⁴⁵, siguiendo la violencia el aspecto religioso, confirmando la existencia de un Dios violento y la raza superior.

En Esparta el niño era considerado propiedad del estado. “El niño espartano es concebido como futuro soldado, por lo que la educación se convierte en un exclusivo y continuo adiestramiento para la lucha armada.”⁴⁶

En Atenas los infantes eran considerados como la futura ciudadanía del Estado. “Los niños, en su gran mayoría, serán objeto del maltrato en sus diversas formas”⁴⁷ aquí la venta de menores era socialmente admitida.

Unas de las razones en las cuales se excusan aquellos individuos que maltratan a los niños es que son de su propiedad, pues ellos consideran que por el hecho de ser sus padres o las personas que tiene su custodia, pueden hacer de ellos lo que sea, como golpearlos por ejemplo. En esta época se presentaba la ley del más fuerte, tomando el papel superior el padre y los niños en el papel inferior.

⁴⁴ Ibídem. Pág. 15

⁴⁵ Ídem.

⁴⁶ Ídem.

⁴⁷ Ibídem. Pág. 16

En la Antigua Roma el niño no era cosa del Estado, aquí se otorgaban derechos ilimitados a los padres sobre sus hijos, podía decidir si vivían o lo abandonaban, lo cual suponía su muerte; la vida de los niños dependía de que fuese reconocido por su padre o no.

“En Roma, tanto el abandono de niños como el infanticidio, se constituyen como prácticas habituales hasta el punto de llegar a convertirse en un serio problema por falta de población”⁴⁸

Es con la aparición del Cristianismo cuando se produce un cambio en los estratos sociales. “Por la influencia de este movimiento renovador se ve aumentada la responsabilidad del padre de familia en cuanto a la vida, crianza y educación de sus hijos.”⁴⁹ La Iglesia ejerció presión sobre el Estado para que se prohibieran las prácticas que arriesgaban la vida de los niños.

“El infanticidio fue considerado un crimen a partir del año de 318 d.C bajo el reinado de Constantino y sólo en el año 374, después de medio siglo de cristianismo fue legalmente considerado como un homicidio.”⁵⁰

En la Edad Media los niños eran considerados como adultos pero en miniatura, la diferencia entre un niño y un adulto sólo era la fuerza y el tamaño. “El niño es visto

⁴⁸ Ibídem. Pág. 19

⁴⁹ Ídem.

⁵⁰ González, Hermsillo María Cristina, *Maltrato Infantil*, Pág. 15

como un adulto en miniatura y la duración de la infancia, en las clases populares, se reducirá a una fase en la que el bebé depende de la madre para sobrevivir.”⁵¹

Según María Cristina en su libro *Maltrato Infantil*, en esta época en la sociedad cristiana occidental, la exposición de los niños seguía relacionada con la de la Antigüedad; poniéndolos en manos de Dios, pero ahora se especulaba con la caridad y bondad del prójimo, se esperaba que el niño fuera recogido y que iba a sobrevivir, quienes lo descubrieran tendrían la obligación de mostrarse caritativos para no cometer un pecado, aquí la historia de los niños estuvo ligada a la caridad pública.

Las formas de maltrato infantil en esa época estaban muy arraigadas en la población, el abandono, la venta de niños o el infanticidio seguían siendo prácticas constantes.

La elevada muerte de niños sofocados provocó que en el siglo XII se promulgara la primera legislación que castigaba la muerte o asfixia involuntaria del niño de la misma forma que el homicidio de un adulto.

“...la venta de niños, costumbre también extendida en Europa, la iglesia intentaría a lo largo del Medievo acabar con ésta práctica.”⁵² Fue sólo durante los últimos siglos de la Edad Media que se observan intentos reales de eliminar o al menos disminuir las situaciones de explotación, abandono y maltrato que durante mucho tiempo atrás habían sufrido los niños.

⁵¹ Soriano, Op. Cit., Pág. 16

⁵² *Ibidem*,, pág. 21

En la Edad Moderna se crean una gran cantidad de instituciones especiales para atender a la infancia desde inclusas (recogían niños), casas de huérfanos, escuelas de caridad, casas de misericordia, casas de arrepentidas (niñas y madres solteras abandonadas), sin embargo la tasa de mortalidad no se modificó mucho, pues varias de estas instituciones no tenían los recursos necesarios para ayudar a todas aquellas personas que se encontraban ahí.

A lo largo del tiempo, queda demostrado que los niños han sido parte de una vida de violencia, ya sea por creencias de sus padres, por ordenes de quienes tenían el poder (Estado) o por herencias de sus antepasados, a pesar de las acciones que se tomaron no fueron suficientes disminuir o para cambiar la forma de pensar.

En el siglo XIX se “va adquiriendo, ante todo en las clases medias, un sentimiento específico y nuevo hacia la infancia, propiciado por la implantación de una nueva concepción de familia a través de la ideología burguesa.”⁵³

La explotación infantil también tiene un inicio, este tipo de maltrato se presenta principalmente en familias con un ingreso insuficiente para la manutención de los integrantes de la familia.

Fue en el siglo XIX que se presenta la Revolución Industrial y se produce un cambio en la situación de las familias con menos recursos, pues pasó de un sistema en el que todos los integrantes de la familia participaban a uno en donde se dependía por completo de los salarios de las personas que trabajaban en las

⁵³ Ibídem. Pág. 27

industrias, los hijos de la masa obrera se vuelven objeto de la explotación laboral, con sueldos escasos.

Así pues, los niños, junto con los adultos pasarán a formar parte del sistema productivo de las fábricas pero hasta tal punto, que se verán convertidos en mercancías, en objetos que se podrán comprar o vender.

“La infancia se convertiría en claro objeto de maltrato institucional e intrafamiliar, reflejo, el primero de la explotación capitalista de la época y, el segundo de la necesidad de supervivencia de las familias.”⁵⁴

Es hasta este momento que el maltrato infantil dio un ligero cambio, ahora los niños ya eran considerados para el trabajo en fábricas, obteniendo así ganancias para el sostén de la familia, quitándole todo derecho y dándole sólo obligaciones.

El siglo XX se ha considerado como el siglo de la niñez por los avances que se han producido en este ámbito. “El objetivo primordial que se planteó desde sus inicios fue el de la protección a la infancia, todo lo cual se verá estructurado y salvaguardado por una importante legislación”⁵⁵.

Los malos tratos que sufren los niños es un fenómeno que ha sido negado por mucho tiempo o se ha excusado en ser actos que fungen como un método disciplinario; sin embargo el maltrato infantil atenta contra los derechos más básicos de los niños y adolescentes, es una realidad masiva, cotidiana entre la población.

⁵⁴ *Ibíd.* Pág. 28

⁵⁵ *Ibíd.* Pág. 29

La atención que se ha hecho a este fenómeno es relativamente reciente. Fue en los años 70 cuando comenzó a considerarse la violencia familiar como un problema social. “En 1965, en el Hospital de Pediatría del Centro Médico reconoció al primer grupo de niños maltratados.”⁵⁶

Fue hasta 1999 que en México se lleva un registro de las denuncias sobre esta problemática, instituciones como el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) y el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI) son las encargadas.

Por razones sociales y culturales, los niños, niñas y adolescentes sufren violencia en el hogar, en la escuela e incluso instituciones.

Maltrato Infantil

Para hablar de maltrato Infantil es necesario citar su definición. De acuerdo al XIII Congreso Nacional de Pediatría realizado en la Ciudad de México en 1992, indica que el maltrato infantil es:

“Una enfermedad social, presente en todos los sectores y clases sociales producida por factores multicausales, interactuantes y de diversas intensidades y tiempos que afectan el desarrollo armónico íntegro y adecuado de un menor, comprometiendo su educación y consecuentemente su desenvolvimiento escolar

⁵⁶ Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*. Pág. 2

con disturbios que ponen en riesgo su socialización y, por tanto su conformación personal y posteriormente social y profesional.”⁵⁷

Asimismo las Instituciones/ Asociaciones que han fijado la mirada en este fenómeno también han realizado sus propias definiciones:

UNICEF “Los menores víctimas del maltrato y el abandono son aquel segmento de la población conformado por niños, niñas y jóvenes hasta los 18 años que sufren ocasional o habitualmente actos de violencia física, sexual o emocional, ya sea en el grupo familiar o en las Instituciones sociales. El maltrato infantil puede ser ejecutado por omisión, supresión o transgresión de los derechos individuales o colectivos e incluye en abandono.”

Comisión de los Derechos Humanos (CNDH) “Todo acto u omisión encaminado a hacer daño aún sin esta intención pero que perjudique el desarrollo normal del menor”

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) define a los niños víctimas de maltrato como: “Los menores de edad que enfrentan y sufren ocasional o habitualmente, violencia física, emocional o ambas, ejecutadas por actos de acción u omisión, pero siempre en forma intencional, no accidental, por padres, tutores, custodios o personas responsables de ellos”.

Las manifestaciones de violencia que sufren los niños son muchas, pueden ir desde el castigo físico, así como violencia psicológica y abuso sexual. Es por esto

⁵⁷ González, Op. Cit., Pág. 43

es necesaria una clasificación del maltrato, así como su definición, características, comportamiento y factores.

Maltrato Físico

El maltrato físico infantil puede definirse como “cualquier acción no accidental por parte de los padres o cuidadores que provoque daño físico o enfermedad en que al niño se coloque en grave riesgo de padecerlo”⁵⁸. Se presenta a través de quemaduras, fracturas, heridas y moretones.

Tipo de maltrato	Definición	Características	Comportamiento
Físico	Es la agresión física que produce lesiones corporales en el menor	Huellas del objeto agresor (plancha, lazo, cadena cinturón, etc.) hematomas, eritema, quemaduras, fracturas, inflamación, deformación de la región, ruptura visceral o envenenamiento. Ingresos frecuentes al hospital por lesiones cuya causa no es clara	Actitudes agresiva, destructivas, rebeldes, hiperactividad o apatía, timidez, miedo, ansiedad, aislamiento, culpa, sentimientos de ser malos. En el ámbito escolar es frecuente la inasistencia y el bajo rendimiento

⁵⁸ Arruabarrena, María Ignacia. Joaquín de Paúl, *Maltrato a los niños en la familia*, pág. 27

Maltrato Psico-Emocional

El maltrato psico-emocional se define como “la hostilidad verbal crónica en forma de insulto, desprecio, crítica o amenaza de abandono y constante bloqueo de las iniciativas de interacción infantil por parte de cualquier miembro adulto del grupo familiar”⁵⁹

Los indicadores de este tipo de maltrato son:

- ❖ Rechazo: a las iniciativas de apego, exclusión activa del niño de las actividades familiares, inculcar una valoración negativa de sí mismo.
- ❖ Aterrorizar. Se amenaza al niño con un castigo extremo o con uno vago pero siniestro que intenta crear un miedo intenso.
- ❖ Aislamiento: son todos los comportamientos que tienden a privar al niño de las oportunidades para establecer relaciones sociales.
- ❖ Ignorar: se refiere a aquellas situaciones en las que hay una ausencia de disponibilidad de padre/madre para el niño⁶⁰

⁵⁹ *Ibidem*, pág. 31

⁶⁰ *Ibidem*, pág. 33

<p>Psico-Emocional</p>	<p>Son actitudes dirigidas para producir daño a la integridad emocional de los menores a través de gestos o expresiones verbales que humillan o lo degradan</p>	<p>Retraso psicomotor, no juegan, se aíslan, se observan silenciosos y tristes, desvalorización, baja autoestima e inseguridad personal</p>	<p>Deterioro de las facultades mentales, principalmente en el área cognitiva, auto devaluación y bajo rendimiento escolar, retraimiento, depresión, poca sociabilidad, sensación de no ser queridos, bloqueo emocional</p>
------------------------	---	---	--

Abandono o negligencia

El abandono se define como “cualquier conducta que prive al niño de la supervisión o atención indispensable para su desarrollo”⁶¹

Este tipo de maltrato es el más frecuente sin embargo es el menos visible y al que menos se le presta atención, pues no tiene consecuencias visibles a primera vista.

La negligencia/ abandono se presenta por una higiene deficiente en el niño, desnutrición, aspecto enfermizo, si atención médica. Las consecuencias que se hacen presentes en el niño son retraimiento, apatía, asistencia irregular a la escuela, etc.⁶²

⁶¹ Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, Op. Cit. Pág.5

⁶² *Ibidem.*, pág. 5

Este tipo de maltrato puede ocasionar daños emocionales, severos, además de que estos niños sufren mayores problemas de salud por el descuido que tienen sus padres sobre ellos.

Aquí podemos encontrar una serie de variaciones:

- ❖ Negligencia física: esta consiste en el abandono o expulsión del niño de la casa, la ausencia y supervisión, el fracaso en proporcionar cuidados necesarios a la salud; las condiciones de insalubridad severas en el hogar o de higiene personal en el niño y la nutrición o vestimenta inadecuadas.
- ❖ Negligencia emocional: La desatención a las necesidades emocionales del niño, la violencia doméstica o permitirle el consumo de drogas o alcohol.
- ❖ Negligencia educativa: esta incluye ausencias crónicas e inexplicables de la escuela, el fracaso de inscribir al niño o el ignorar sus necesidades educativas, lo que puede ocasionar que no adquiera habilidades básicas.

<p>Abandono o Negligencia</p>	<p>Cualquier conducta que prive al niño o niña de la supervisión o atención indispensable para su desarrollo</p>	<p>Higiene deficiente, desnutrición en grado variable, aspecto enfermizo, ropa inadecuada para el lugar o clima. Sin asistencia médica oportuna y adinamia permanentes</p>	<p>Retraimiento, apatía, asistencia irregular a la escuela, bajo rendimiento escolar, indiferencia al medio ambiente externo.</p>
-------------------------------	--	--	---

Abuso Sexual

Se define como “cualquier clase de contacto sexual con una persona menor de 18 años por parte de un adulto desde una posición de poder o autoridad sobre el niño.”⁶³

Este tipo de abuso tiene cuatro tipos de categorías:

- ❖ Incesto: contacto físico sexual se realiza por parte de una persona de consanguinidad lineal o por un hermano, tío o sobrino.
- ❖ Violación: cuando una persona adulta tiene contacto sexual con un niño sin ser algún familiar.

⁶³Arruabarrena, María Ignacia. Joaquín de Paúl, *Maltrato a los niños en la familia*, pág. 33

- ❖ **Vejeción:** el contacto sexual se realiza por el tocamiento intencionado de zonas erógenas del niño o forzar, alentar o permitir que peste lo haga en las mismas zonas del adulto.
- ❖ **Abuso sexual sin contacto físico:** se incluiría los casos de seducción verbal explícita, la exposición de los órganos sexuales con el objeto de obtener gratificación o excitación sexual con ello, y la auto-masturbación o realización intencionada del acto sexual en presencia del niño.

Sexual	Es cualquier tipo de contacto sexual con un menor por parte de un familiar o cualquier adulto con el objeto de obtener excitación y/o gratificación sexual y que puede variar desde la exhibición de los genitales, los tocamientos corporales, hasta la violación	Presencia en genitales y/o ano de: Equimosis, laceraciones, sangrado, prurito, inflamación, himen perforado (niñas), dificultad para caminar, semen, infecciones, somatización. En adolescentes, dispareunia	Miedo, ansiedad, culpa, desconfianza, enojo. En adolescentes, atracción homosexual, anorgasmia, pérdida o disminución de la libido, auto devaluación
--------	--	--	--

Fuente: Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*. Pág. 5

Para que el maltrato infantil se presente debe haber una causa, éstas son las que alteran a aquéllos agresores provocando una reacción agresiva o que afecte de manera directa o indirecta al menor, pues todo lo que sucede en la vida de una persona afecta su manera de comportarse con los demás, sin embargo las agresiones a los niños no son justificables, pues son seres humanos que en muchas casos no tienen la capacidad de defenderse, pero sí debe tomarse en cuenta estas causas.

Este fenómeno es originado por una serie de causas, las principales son:

- ❖ **Económicas:** carencias monetarias, desempleo, subempleo, entre otras.
- ❖ **Sociales:** farmacodependencia o alcoholismo de los padres, abuso sexual en las familias, desintegración familiar, conflictos ocasionados por el nacimiento de hijos no deseados, prostitución y orfandad, por ejemplo.
- ❖ **Biológicas:** limitaciones físicas en el menor, daños neurológicos, malformaciones, entre otras.
- ❖ **Emocionales:** incapacidad de los padres para enfrentar problemas, inmadurez emocional, baja autoestima, falta de expectativas, inseguridad extrema y problemas entre pareja que conducen a maltratar al menor, omitiendo los requerimientos básicos para su formación y desarrollo.
- ❖ **Culturales:** falta de orientación o educación sobre las responsabilidades de la paternidad.

Es necesario destacar que por lo general los agresores son los padres del menor. Los progenitores que maltratan o descuidan a sus hijos es consecuencia de una actitud aprendida en su infancia, pues es probable que hayan sido maltratados repitiendo patrones consciente o inconscientemente, de esta manera no muestran ningún tipo de remordimiento pues creen que el castigo físico es un medio eficaz y válido para educar.

A lo largo del tiempo existe un sistema de creencias sostenidas en que el hombre tiene el derecho y la obligación de imponer medidas disciplinarias para controlar a sus hijos o de quienes estén a su cargo, si bien existe una serie de leyes que prohíben la agresión a niños sin embargo el comportamiento de las personas en su mayoría continua siendo el mismo, pues siguen reguladas por esta normatividad cultural que legitima y justifica el uso de la fuerza como un método correctivo.

En México y Centroamérica, el castigo físico se justifica como un mecanismo que utilizan los padres para corregir o enderezar las conductas de sus hijos, así forman de violencia como golpear, pellizcar o patear a los niños y niñas son consideradas como acciones lesivas”⁶⁴

⁶⁴ UNICEF, CEPAL, *Maltrato Infantil. Una dolorosa realidad puertas adentro*. Pág. 7

Asimismo el maltrato se justifica en que los hijos son considerados propiedad de los padres, por lo que “más del 50% de los adultos mujeres y hombres piensan que es normal usar el maltrato como forma de educación o castigo”⁶⁵

Entre otros síntomas de los menores maltratados con: cambio de hábitos, falta de higiene, conductas auto lesivas, consumo de drogas y alcohol, agresividad o aislamiento, baja autoestima, desnutrición y apatía.

Para que exista una víctima debe existir un agresor que también presenta diversas características múltiples y particulares según el tipo de maltrato que se empleen al niño.

⁶⁵ *Ibíd.* Pág. 8

Características del agresor

Tipo de maltrato	Características particulares	Características generales
Físico	Incapaces de controlar sus impulsos, se observan enojados, al más mínimo responden con agresiones físicas.	Incapaces de controlar sus impulsos, se observa enojado, al más mínimo estímulo responden con agresiones físicas.
Psico-Emocional	Devalúa constantemente al menor en público o en privado. Lo culpa de todo lo malo que sucede. No se muestra cariñoso. Sistemáticamente amenaza o aterroriza al niño	Incapacidad de buscar ayuda profesional, tiene una idea distorsionada del niño, le exige más de lo que el niño puede hacer.
Abandono o negligencia	Apático, desinteresado, ve al menor como una carga.	Problemas en la relación de pareja y problemas económicos.
Sexual	Impide amistades con el menor del sexo opuesto. Estimula o excita sexualmente al menor usando revistas, películas o por exhibición.	Presenta algún tipo de adicción, tienden al aislamiento, no se auto reconocen como maltratadores.

Fuentes: Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*.

Consecuencias del maltrato Infantil

“El maltrato infantil repercute directamente en el desarrollo integral del menor, en casos más graves produce severas lesiones corporales, afecta su salud y en última instancia puede provocar la muerte.”⁶⁶ También afecta su capacidad de aprendizaje y sus deseos de asistir a la escuela, en algunas ocasiones deciden huir de sus casas, refugiándose en la calle. La violencia en los niños también ocasiona desconfianza en sí mismos y generalmente afecta su capacidad para convertirse en un buen padre en un futuro.

Cada acto tiene su consecuencia, así sucede con el maltrato que sufren los niños, podría hablar de una cadena: causa-acto-consecuencia; siendo la causa las características, el entorno en el cual se encuentra el agresor; acto: la agresión, abandono hacia el menor y la consecuencia aquellas actitudes, reacciones que presenta el menor como resultado de los malos tratos que sufren/ sufrió.

Para cada tipo de maltrato existen una serie de consecuencias y actitudes, muchas de ellas son universales y muchas otras son propias de las variaciones del maltrato.

La violencia ejercida sobre los niños tienen como consecuencia en general de reacción inmediata: conmoción, paralización temporal y negación de lo sucedido, seguido de aturdimiento, desorientación, sentimientos de soledad, depresión, vulnerabilidad e impotencia, siendo esta la primera etapa, seguida por la presencia

⁶⁶ Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, Op. Cit. Pág. 7

de actitudes muy contrarias pues suelen cambiar de sentimientos de la víctima de un momento a otro del miedo a la rabia, de la tristeza a la euforia y de la compasión a la culpa.

A mediano plazo se pueden presentar ideas obsesivas, incapacidad para concentrarse, insomnio, pesadillas, llanto incontrolado, consumo de fármacos, deterioro de las relaciones personales. A largo plazo sufre el “síndrome de estrés postraumático”, este consiste en tener frecuentes pesadillas, dificultades para concentrarse social y laboralmente, trastorno del sueño, depresión, sentimientos de culpa, miedos diversos, dificultades en el aprendizaje.⁶⁷

Dentro de la tipología del maltrato infantil encontramos cuatro variantes, cada una de ellas trae consigo diferentes consecuencias.

Maltrato físico

La consecuencia inmediata del maltrato físico es el dolor, pero los daños permanecen más allá de las cicatrices ocasionadas por los golpes.

En cuanto a la consecuencia psicológica, los niños son maltratados físicamente es que tiene dificultades para el desempeño escolar, autocontrol, hiperactividad o apatía, timidez, miedo, ansiedad.

⁶⁷ Corsi, José, *Maltrato y abuso en el ámbito doméstico*.

Todas estas reacciones que presentan los niños afecta su forma de desenvolverse ante la sociedad, incluso el menor puede volverse un problema para quienes lo rodean, pues no tiene un control de sus reacciones.

Maltrato psico-emocional

Son varias las formas en las que se puede presentar este tipo de maltrato, el rechazo hacia el menor, aterrorizarlo sobre algo, aislarlo como modo de castigo, ignorar al niño, en las cuales no se agrede de manera física, pues no existe ningún tipo de golpe, sin embargo se daña de otra manera.

Las huellas que deja un obstáculo que inhibe, coarta, limita y ya en casos extremos paraliza completamente su desarrollo, truncan sus posibilidades de alcanzar un desarrollo pleno.

En este tipo de maltrato las consecuencias son básicamente a hacer un niño totalmente pasivo, aislado, triste, inseguro y con autoestima baja, por ejemplo. Esto provoca que su desarrollo tanto en facultades mentales como en su forma de relacionarse con los demás sea casi nula.⁶⁸

Abandono o negligencia

La negligencia es la forma de maltrato que consiste en el fracaso repetido por parte de los padres o de las personas responsables del cuidado de un niño, para proporcionarle los estándares mínimos de alimentación, vestido, atención,

⁶⁸ Arruabarrena, Op. Cit.

educación, seguridad y/o afecto, es decir, la satisfacción de sus necesidades básicas tanto físicas como emocionales. (Clark & Clark, 2001)

Este tipo de maltrato puede ocasionar daños emocionales, severos, además de que estos niños sufren mayores problemas de salud por el descuido que tienen sus padres sobre ellos.

Las consecuencias de la negligencia es el trastorno en el desarrollo del menor. El resultado es una cadena de problemas, pues el crecimiento sano y el desarrollo se ven afectados. Los problemas son más críticos si el maltrato se presenta cuando el cerebro es aún inmaduro y debe desarrollarse más rápidamente.⁶⁹

Abuso sexual

Este tipo de abuso se presenta como cualquier tipo de contacto sexual con menor, muchas veces éste es cometido por los mismos familiares.

Las consecuencias de este abuso son a corto plazo se presenta el síndrome de estrés post-traumático, los síntomas de este síndrome caen en tres conjuntos:

- ❖ Revivir el evento traumático
- ❖ Negación del mismo o de hechos asociados
- ❖ Hiperactividad psicológica⁷⁰

⁶⁹ Azaola Elena, *Maltrato, abuso y negligencia contra menores de edad*, pág. 10

⁷⁰ *Ibidem*, pág. 8

Son varios los factores pueden incidir en incrementar o disminuir la angustia provocada por el abuso; estos factores dependen directamente con el tipo de abuso y las características del niño y las del ambiente en donde se desarrollo.

Este es uno de los tipos de maltrato que trae consigo más problemas emocionales, pues el recuerdo permanecerá durante toda su infancia hasta llegar a la etapa adulta, incluso muchos de las victimas a una edad adulta tienen probabilidad de suicidio, también puede sufrir desórdenes psiquiátricos y puede llegar a consumir sustancias.

El maltrato infantil trae consigo una serie de consecuencias que en lo general afecta de manera directa el desarrollo pleno del niño, en muchas ocasiones orillan al menor a huir de su casa; comenzar a introducirse en el alcohol y drogas, además de cambiar por completo su forma de actuar con sus semejantes y con la sociedad entera, su forma de relacionarse es casi nula o en otro extremo relacionarse de mala manera, con agresiones, volviéndose victimario, pues es la única forma que encuentra de expulsar su ira.

Otra de las consecuencias de este fenómeno es que los niños en su etapa adulta se vuelven en victimarios, pues repite los patrones de manera involuntaria o porque así lo desea, creando un círculo del maltrato infantil, un menos que es víctima de este fenómeno en su etapa adulta se vuelve victimario con sus hijos y estos repiten los mismo patrones.

A esto se le conoce como transmisión intergeneracional, está considerada como una evidencia del “síndrome del niño apaleado” (Helfer y Kempe, 1968). Esto se

basa en la transmisión de patrones maltratantes para explicar los procesos psíquicos que prevalecen en relaciones en las que predomina el maltrato. “Desde la teoría del apego, también se ha analizado dicha transmisión intergeneracional. Desde el aprendizaje social, se hipotetiza que la historia del maltrato infantil provocaría una ausencia de habilidades aprendidas para el manejo de conductas de los niños y la utilización del castigo como exponente de la única estrategia aprendida.”⁷¹

La historia del maltrato es una variable importante que pone al sujeto en un importante riesgo de reproducir el problema.

“Las experiencias de violencia y abuso sufridas por el padre y la madre durante su infancia es el factor de riesgo más relevante para que existe violencia contra los niños en las familias, ya que se produce una transmisión intergeneracional de la violencia. Además el maltrato infantil en el hogar está estrechamente relacionado con la presencia de violencia contra las mujeres cuando eran hijas o cuando son madres y esposas.

Maltrato infantil en México

En México el maltrato infantil se extiende en todas las clases sociales, pues en cada clase prevalece algún tipo de maltrato hacia un menor.

⁷¹ Arruabarrena, *Op. Cit.*, pág. 48

En nuestro país son el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia y el INEGI quienes llevan un registro de las denuncias sobre este problema, sin embargo los registros no son del todo ciertos pues se estima que el total de los casos de maltrato infantil es superior al total de casos denunciados.

México tiene el más alto índice de violencia infantil en América Latina solo debajo de Venezuela, según una estadística de la ONU reporta que 16 mil niños mueren al año por maltrato en toda Latinoamérica.⁷²

“El maltrato infantil es una de las principales causas de muerte en los niños de nuestro país, y se considera un grave problema social de escalas insospechadas, pues las estadísticas que se realizan al respecto sólo muestran una pequeña parte de este gran problema, ya que las denuncias no corresponden a la realidad social ni a la magnitud de violencia que vive la niñez mexicana, declaró el jefe del Departamento de Equidad y Género de los Centros de Integración Juvenil a nivel nacional, Lic. Juan David González Sánchez.”⁷³

Es aquí donde aún influyen de manera importante las creencias que desde el inicio de la humanidad se tienen sobre los menores, a pesar de las leyes, que existen a su favor aún se encuentran en riesgo pues el convenio social que se tiene de que los infantes pertenecer a los padres tiene un gran peso.

⁷² Ídem

⁷³ Monsivais Aguilar, Paulo, *Ocupa México el Segundo Lugar en Maltrato Infantil en Latinoamérica* en Sol de Tampico.

Principales indicadores de menores maltratados de 0-18 años, 1999-2004.

Años		1999	2000	2001	2002	2003	2004 ^{1/}
Denuncias recibidas		26,302	27,735	30,540	24,563	25,374	12,639
Denuncias en las que se comprueba el maltrato		14,986	16,993	16,221	13,855	16,185	9,049
Denuncias presentadas ante el ministerio público		2,897	3,297	3,399	3,355	3,267	1,477
Menores maltratados atendidos		26,121	28,354	29,163	22,986	27,337	13,143
Total de niños maltratados atendidos		13,195	14,220	14,808	11,688	13,168	6,171
Total de niñas maltratadas		12,948	14,339	14,355	11,298	13,739	6,238
Escolaridad del menor maltratado	Lactante	4,995	5,508	5,732	4,696	4,566	2,078
	Jardín de niños	3,558	3,712	3,243	2,783	3,035	1,544
	Primaria	10,926	11,785	12,014	9,291	9,754	5,222
	Secundaria	2,459	3,210	2,889	2,284	2,641	1,247
	Preparatoria	340	687	617	486	628	514
	Sin escolaridad	3,544	3,637	3,947	2,895	2,276	1,111
Tipo de Maltrato	Físico	8,354	8,920	8,074	7,118	7,828	3,213
	Abuso sexual	1,060	1,120	1,185	1,123	1,257	566
	Abandono	1,830	1,615	1,858	1,474	2,518	682
	Emocional	5,378	6,941	6,064	4,744	7,301	3,090
	Omisión de cuidados	5,448	7,921	7,888	5,338	6,879	3,455
	Explotación, comercio sexual	110	39	17	64	59	39
	Negligencia	2,781	2,397	2,843	3,080	2,069	1,082
Explotación laboral	650	203	330	257	246	98	
Relación jurídica del agresor	Madre	11,367	11,786	12,010	9,568	10,668	5,160
	Padre	5,660	7,201	7,409	5,986	7,349	2,947
	Ambos padres	0	0	0	1,124	240	515
	Maestros	156	244	182	167	165	76
	Abuelos	541	584	543	486	570	240
	Madrastra	723	943	745	516	871	306
	Padrastra	1,206	1,559	1,429	1,121	1,485	590
	Tíos	479	644	520	526	490	236
Otros	2,111	2,139	1,865	1,070	1,186	692	

Fuentes: Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*.

México es un país machista, este es otro factor cultural que influye de manera directa en este fenómeno, pues persiste en todos los estratos sociales y se refleja en el abuso de poder sobre quienes considera sobre los más débiles.

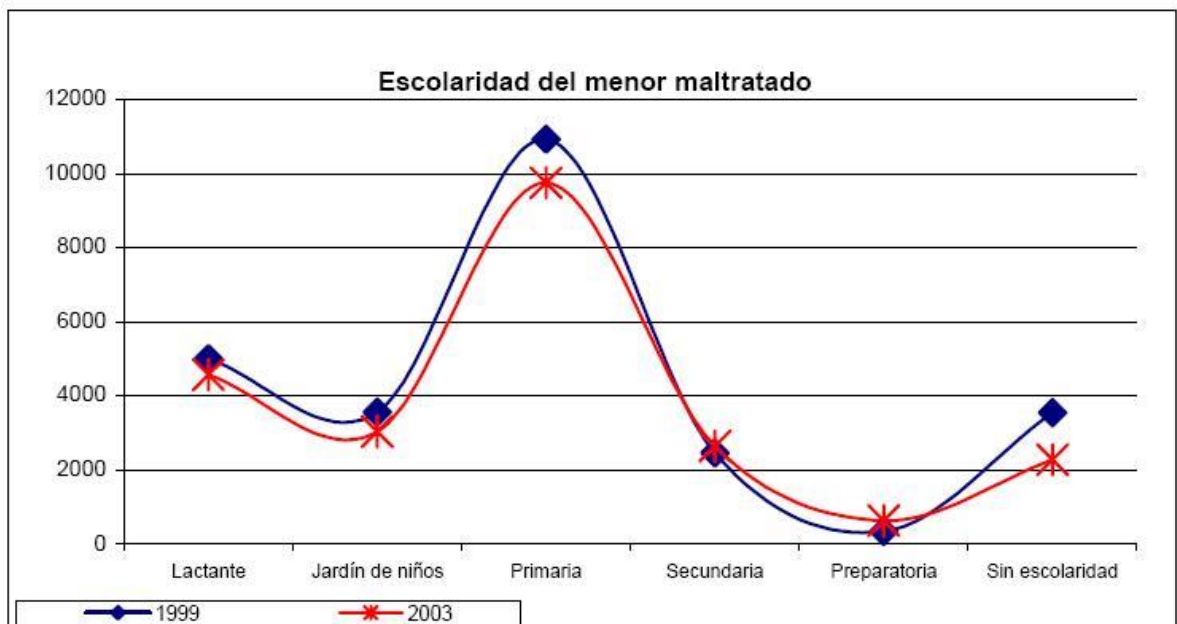
Desde hace ya varios años México se ha encontrado entre los primeros lugares de incidencia en maltrato infantil. Con base en estadísticas de salud proporcionadas por los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), en donde México forma parte, se demostró que la principal causa de muerte entre los niños de 1 a 14 años en los países desarrollados son las lesiones que representan 40 por ciento del total de muertes de ese grupo de edad.⁷⁴

México y Corea del Sur, integrantes de la OECD son los países que tienen las tasas más altas de muerte por heridas en niños menores de 14 años. (UNICEF 2001).

En el periodo de 1991-1995 las muertes intencionales en niños entre 1 y 14 años México también ocupó el primer lugar entre los países de la OECD. Para el periodo de 1996-2000 México volvió a ocupar el segundo lugar junto con Estados Unidos y Portugal, por el número de niños muertos a causa de malos tratos; en este periodo se tuvo un total de 4, 974 muertes de menores de 14 años ocasionadas por el maltrato. (UNICEF 2003)

⁷⁴ Azaola Elena Op. Cit., Pág. 18

De acuerdo a Defensa del Menor y la Familia, en el DIF, el INEGI durante el periodo de 1999-2003 en México en un más de 50 por ciento de los casos que se denunciaron no se comprueba el maltrato, de este total de denuncias sólo el 50 por ciento recibe atención. El 40 por ciento de los niños maltratados son entre 6 y 12 años reciben educación primaria, los sigue los niños de edad preescolar y el tercer lugar lactantes.



Fuentes: Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*.

Pág.9

Del total de niños maltratados el 40 por ciento de los casos son las madres sus agresoras, en un 25 por ciento los padres. Esto afecta en demasía a los niños, pues su hogar debe de ser percibido como un lugar de protección y seguridad se convierte en un lugar de sufrimiento ejercido por las personas que deben encargarse de su cuidado.

Tipo de agresor en el maltrato a menores 1999-2004
(Porcentajes)

Agresor	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Madre	51.1	47.0	48.6	46.5	46.3	47.9
Padre	25.4	28.7	30.0	29.1	31.9	27.4
Ambos padres	n.d.	n.d.	n.d.	5.5	1.0	4.8
maestros	0.7	1.0	0.7	0.8	0.7	0.7
abuelos	2.4	2.3	2.2	2.4	2.5	2.2
Madrastra	3.3	3.8	3.0	2.5	3.8	2.8
Padrastro	5.4	6.2	5.8	5.5	6.4	5.5
Tíos	2.2	2.6	2.1	2.6	2.1	2.2
Otros	9.5	8.5	7.5	5.2	5.2	6.4

n.d.: no disponible. Fuente: DIF.

Fuentes: Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*.

Pág. 14

Entre 1999-2004 se recibieron 147,153 denuncias de las cuales solo el 59% de los casos se comprobó el maltrato, los otros carecen de información.⁷⁵

⁷⁵ Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, Op. Cit. Pág. 12

Porcentaje de denuncias recibidas, casos comprobados de menores maltratados atendidos por sexo 1995-2004

Año	%		
	Casos comprobados de denuncias recibidas por maltrato	Casos comprobados de maltrato infantil presentados ante el ministerio público	Índice de femeneidad de menores atendidos por maltrato infantil (niñas por cada cien niños)
1995	73.9	n.d	n.d
1996	58.3	n.d	n.d
1997	66.4	n.d	n.d
1998	62.8	11.5	94
1999	56.1	11.0	100
2000	61.3	11.8	101
2001	54.5	11.1	97
2002	56.5	13.6	96
2003	63.8	12.8	104
2004	71.5	11.6	102

n.d.: no disponible. Fuente: DIF.

Fuentes: Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato infantil en México*. Pág. 12

De acuerdo al cuadro obtenido el estudio *Violencia y maltrato en México*, publicado por la cámara de diputados, se puede observar que en la totalidad de los años, las niñas son quienes reciben más agresiones, los principales son el físico y el abuso sexual. La mayor incidencia en el maltrato a niñas se debe a la ideología machista del mexicano, pues se cree que se debe ser sumisa y obediente.

Para el 2006 y 2008 las edades de los niños mexicanos asesinados por violencia intrafamiliar va entre cero y 17 años, ocurrieron 23 mil homicidios, aseguró Silvia Solís San Vicente, investigadora de la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).⁷⁶

De acuerdo a una nota publicada en el periódico *La Jornada* en el 2001 el tipo de maltrato más frecuente por entidad fue el físico, en el DF alcanzó 44 por ciento, en niños de cero a 9 años, en Sinaloa 72 por ciento y en Nuevo León 58.8, mientras que la omisión de cuidados, abandono físico y negligencia ocupó el primer lugar en Coahuila con 35 por ciento.

Asimismo se afirma que las estadísticas de abuso infantil en México no son fidedignas porque no se reporta ni el 10% de los casos, además el maltrato emocional y verbal que no incluye ultraje físico, es considerado “normal” entre las familias.

En el 2009 el DIF recibió 22 mil 129 denuncias por maltrato infantil. Es en el Estado de México donde existe más denuncias realizadas: 3700 de las cuales únicamente el 10 por ciento fue llevado al Ministerio Público.

De acuerdo con el *Informe Mundial sobre la Violencia contra los niños y niñas*, la población menos de 18 años y los bebés son quienes se encuentran en mayor riesgo de sufrir por homicidio.

⁷⁶ De la Redacción, *Asesinados por violencia intrafamiliar, 23 mil niños y adolescentes mexicanos en dos años* en la Jornada. <http://www.jornada.unam.mx/2011/04/18/sociedad/038n1soc>

Basándome en una nota *online* publicada en el periódico *Vanguardia*, en México el 60% de los niños entre uno a 14 años son víctimas, acciones que lesionan su integridad física y emocional de los menores.

Asimismo organismos internacionales indican que en nuestro país 6 de cada 10 niños y niñas de menos de 14 años sufren acciones de violencia y casi la mitad de los casos el 47 por ciento la responsable fue la madre y el 29 por ciento lo fue el padre.

La CNH realiza acciones para tratar de disminuir este fenómeno como el *Programa de Asuntos de la Niñez y la Familia*, el cual promueve y divulga el conocimiento de los derechos humanos de la población infantil, adolescentes y adultos mayores.

Así como la realización en varias entidades federativas las campañas de Alto al Maltrato Infantil y Adolescentes, víctimas de maltrato y conductas sexuales y No se vale mano pequeña, con el objetivo de abatir la violencia contra menores y para eliminar el trabajo infantil.⁷⁷

Instituciones que previenen el maltrato Infantil

La preocupación y el interés de algunas personas sobre los derechos de los niños, han llevado a lo largo del tiempo a la creación de organizaciones que realizan

⁷⁷ *Vanguardia*, En México padecen violencia 60% de menores de 14 años, revela la CNDH, <http://www.vanguardia.com.mx/enmexicopadecenviolencia60demenoresde14anosrevelalacndh-1266318.html>

acciones para prevenir dicho problema, muchas de ellas a nivel mundial, algunas otras a nivel nacional o incluso estatal.

Asimismo realizan estudios mostrando la situación en la que se encuentra esta parte de la población y los cambios que se han presentado de acuerdo con estudios anteriores, de esta manera analizar los cambios que se han producido, los porqué, con base en ello poder tomar acciones que ayude a disminuir la problemática.

Algunas de las Organizaciones que se preocupa por éste sector de la población son:

Unicef

Fondo de las Naciones para la Infancia (United Nations Children´s Fund) o **Unicef**, es un programa de las Organizaciones de las Naciones Unidas (ONU), la cual provee ayuda humanitaria y de desarrollo a niños y madres en países en desarrollo.

La UNICEF ayuda a construir un mundo en el cual se respeten los derechos de todos los niños. Trabajan en conjunto para superar los obstáculos que la pobreza, la violencia, enfermedad y la discriminación se atraviesan en la vida de un niño.

La UNICEF abarca varios aspectos en el desarrollo de un niño; promueven la educación de los niños al menos que completen su educación primaria; asimismo también realizan acciones para que todos los niños sean inmunizados contras las enfermedades comunes de la infancia, así como lograr que tengan una buena

alimentación. Trabajan para prevenir la propagación del VIH/SIDA entre los jóvenes, también brindan apoyo a los niños y familias afectadas por esta misma enfermedad para que puedan vivir lo mejor posible.

Defiende la Convención sobre los Derechos del niño. Trabajan para asegurar la igualdad para aquellas personas que sufren de discriminación: la población femenina. También trabajan por la paz y la seguridad. Son parte del Movimiento Mundial por la Infancia, encargada de mejorar la vida de cada niño.

La UNICEF se encuentra presente en más de 190 países y territorios a través de los programas de país y Comités Nacionales.⁷⁸

OMS (Organización Mundial de la Salud)

La OMS es la autoridad directiva y coordinadora sanitaria en el sistema de las Naciones Unidas. Esta organización se hace responsable de los asuntos sanitarios mundiales, configura la agenda de las investigaciones en salud, establece normas, articula opciones de política basadas en la evidencia, presta apoyo técnico a los países y vigila las tendencias sanitarias mundiales.

Para lograr sus objetivos realiza programas y proyectos para apoyar a la población que sufre algún problema de salud. En el caso de la violencia en el año del 2012 lanzó una campaña para la prevención de la Violencia: *Campaña Mundial de Prevención de la Violencia*, su objetivo principal es poner en práctica las recomendaciones del *Informe Mundial sobre la Violencia y la Salud* y fomentar la

⁷⁸ UNICEF. <http://www.unicef.org/about/>

toma de conciencia sobre la violencia. Asimismo se pretende resaltar la función decisiva que puede desempeñar la salud pública para abordar las causas y las consecuencias de la violencia.

En el tema de la Violencia infantil, ha realizado varias publicaciones en la cual se plantea el problema y se realizan recomendaciones:

- ❖ Informa Mundial Sobre la Violencia y la Salud
- ❖ Campaña Mundial de Prevención de la Violencia
- ❖ Child Injuries

Ante el maltrato Infantil la OMS ofrece atención técnica y normativa basada en datos científicos para prevenir el maltrato infantil; promueve el aumento del apoyo a la prevención del maltrato infantil basado en las inversiones internacionales en este tema; también ofrece apoyo técnico a los programas de prevención del maltrato infantil basados en datos científicos de varios países en bajos y medianos ingresos.⁷⁹

Estas instancias son a un nivel internacional, pues se encuentran al pendiente de la gran mayoría de los países en el planeta Tierra

CNDH (Comisión Nacional de Derechos Humanos)

Esta comisión se encarga de la protección y defensa de los Derechos Humanos en México. La Comisión Nacional de los Derechos Humanos es un organismo que

⁷⁹ OMS, <http://www.who.int/es/>

cuenta con autonomía de gestión y presupuestaria, sí como personalidad jurídica y patrimonios propios. Su objetivo principal de este organismo es la protección, observancia, promoción, estudio y divulgación de los Derechos Humanos previstos por el orden jurídico mexicano.

Con el tema de la infancia cuenta con un Programa sobre Asuntos de la Niñez y la Familia. Este tiene como objetivo principal divulgar el conocimiento de los derechos humanos de la niñez y la familia desde la perspectiva de género y del interés que representa la infancia, se realizan programas de formación y capacitación que conformen una cultura de respeto a sus derechos para que se lleve a la práctica dentro de su familia y con la sociedad en general.

De igual forma se realizan estudios de investigación sobre los derechos de género para formular estrategias de prevención y respeto de los mismo, contribuye al mejoramiento del marco jurídico que los protege, a través de propuestas de reformas legislativas que propicien condiciones de equidad y difunden las normas internacionales como nacionales que permitan la armonización de la legislación local a estos instrumentos de protección.⁸⁰

Estas instancias son a un nivel internacional, pues se encuentran al pendiente de la gran mayoría de los países en el planeta Tierra

⁸⁰ CNDH. <http://www.cndh.org.mx/>

DIF (Desarrollo Integral de la Familia)

El sistema Nacional de Desarrollo Social Integral de la Familia es una institución pública mexicana; su objetivo principal es la asistencia social y la prestación de servicios asistenciales que contribuyan a la protección, atención y superación de los grupos vulnerables del Distrito Federal.

Cuenta con una gran cantidad de programas en apoyo a la población con discapacidad, asistencia a ancianos, el cuidado de los niños, la lucha contra el abuso de drogas, asesorías jurídicas en materia familiar, trámites de adopción, atención psicológica, etc.

En cuanto al Maltrato Infantil cuenta con una subdirección que atiende esta problemática, cual tiene como objetivo contribuir a la suspensión de las relaciones violentas dentro de la familia, a través de estrategias de intervención integral usando acciones de investigación, intervención y seguimiento social, detección de niveles de riesgo, orientación familiar, canalización a servicios especializados, atención psicológica e incluso la intervención legal.⁸¹

⁸¹ DIF, <http://sn.dif.gob.mx/dif-nacional/>

Capítulo 3. Propuesta de Campaña Social para prevenir el Maltrato Infantil

Conocer a los padres, saber cuáles son sus ideas, sus pensamientos sobre cómo llevar a un niño durante su desarrollo, conocer cuáles son las formas en la que educan a los infantes es esencial para poder definir cuál es el tipo de maltrato más recurrente y si es que esto es aceptado por la sociedad en general; resulta una tarea difícil ya que me enfrento a creencias arraigadas en los padres sobre la educación de sus hijos. Para obtener este tipo de información hare uso de encuestas a hombres y mujeres, padres de familia con hijos de edades 3-10 años de la delegación Tlalpan.

Investigación de mercado

La investigación social es una actividad esencial para comprender la forma de comportamiento de los individuos que conforman la sociedad; así como conocerlos de forma cualitativa como cuantitativa, los cuales se complementan para obtener información completa acerca de ellos.

Encuesta

La encuesta es una herramienta del enfoque cuantitativo. “El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.”⁸² La encuesta es un método de recopilación de información y datos sobre temas de interés general, su vigencia es corta pues la sociedad se

⁸² Hernández, Siamperi Roberto. Carlos Roberto Collado. Pilar Baptista Lucio, *Metodología de la investigación*, Pág. 5

encuentra en constante cambio. En estas se hacen preguntas con sus respectivas variables a responder.⁸³

Se pueden encontrar dos tipos de preguntas: abiertas y cerradas. Las primeras contienen categorías u opciones de respuesta que han sido delimitadas, es decir, se encuentran las posibilidades de respuesta. Aquí el encuestado debe elegir la opción que describa de manera más adecuada su respuesta. Las preguntas abiertas son aquellas que no delimitan las alternativas de respuesta, por lo que las variables que se respondan pueden ser infinitas.

Los aspectos que deben ser incluidos en estas encuestas son: el propósito general del estudio, motivaciones para el sujeto encuestado (importancia de su participación), agradecimiento, instrucciones iniciales claras y sencillas.

Para la aplicación de estos cuestionarios es necesario definir el grupo objetivo (público que se quiere estudiar); se deben tomar en cuenta las características como la edad, lugar geográfico, físico, etc. Con base en esto se define el tamaño de la muestra para darle veracidad a los datos.

Encuesta modelo

A nivel cuantitativo la herramienta usada en dicha investigación social es la encuesta; con la elaboración, aplicación y análisis, se tiene como objetivo conocer la forma más recurrente de maltrato que sufren los niños por parte de padres.

⁸³ *Ibidem*

La muestra será aplicada a 220 padres de familia en la delegación Tlalpan entre 20 y 35 años de nivel socioeconómico D+, C; que tengan hijos de 3 a 10 años.

A continuación se presenta el modelo de encuesta aplicada en diferentes puntos de la delegación como: Centro de Tlalpan, en la zona de hospitales (Calzada de Tlalpan), así como en el Instituto Nacional de Pediatría, que a pesar de encontrarse en la delegación Coyoacán es un hospital especializado en niños por lo que el acceso a padres resulta sencillo.

Encuesta

Edad: _____

Sexo: F () M ()

Estado Civil: Soltero () Casado () Otro: _____

Último grado de Estudios: _____

¿En qué trabajas?

¿Tiene hijos?

Edad(es) de Hijo(s)

1. Considera que sus hijos son:

() Tranquilos

() Rebeldes

() Traviosos

() Educados

() Inquietos

2. ¿Asisten a la escuela? Si () No () Si la respuesta es negativa

¿Por

qué?

3. ¿Realizan actividades extraescolares?

Si () No ()

¿Cuáles?

4. Usted como padre/Madre ¿Cómo se considera?
5. Si vive con su pareja ¿Cómo es su pareja como padre/madre?
6. Cuando algo le molesta de su hijo ¿Cuál es su primera reacción?
() Enojo () Grito
() Furia () Busca culpables
7. Cuando su hijo hace alguna travesura usted ¿Cómo reacciona?
() Lo regaña () Le grita
() Le da un correctivo físico () Le dice malas palabras
() Lo ignora () Habla con él para hacerlo entender
8. Cuando su hijo no entiende que no debe hacer ciertas cosas ¿Cuál es la manera de hacerle entender?
() Correctivo físico () Lo ignora
() Hablarle con malas palabras () Hablar con él
9. ¿Cuál es su forma de corregir a su hijo cuando hace cosas que no debería?
() Correctivo físico () Correctivo emocional (no hacerle caso)
() Hablarle con malas palabras () Hablar con él
10. ¿Considera que dar un golpe a un niño es correcto como forma de educación?
11. ¿Considera que decirle groserías a un niño es correcto como forma de educación?

12. ¿Considera que ignorar a un niño es correcto como forma de educación?

13. ¿Considera que castigar dejando en casa a un niño es correcto como forma de educación?

14. Con que frecuencia castiga a su hijo:

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Correctivo físico					
Malas palabras					
Ignorándolo /Dejándolo solo					
Aislándolo					
Dejar de ponerle atención					
No dejarle ver la tele					
No salir con amigos					

15. ¿Cuál considera que es la mejor forma de corregir a un niño ante actitudes que usted considera incorrectas?

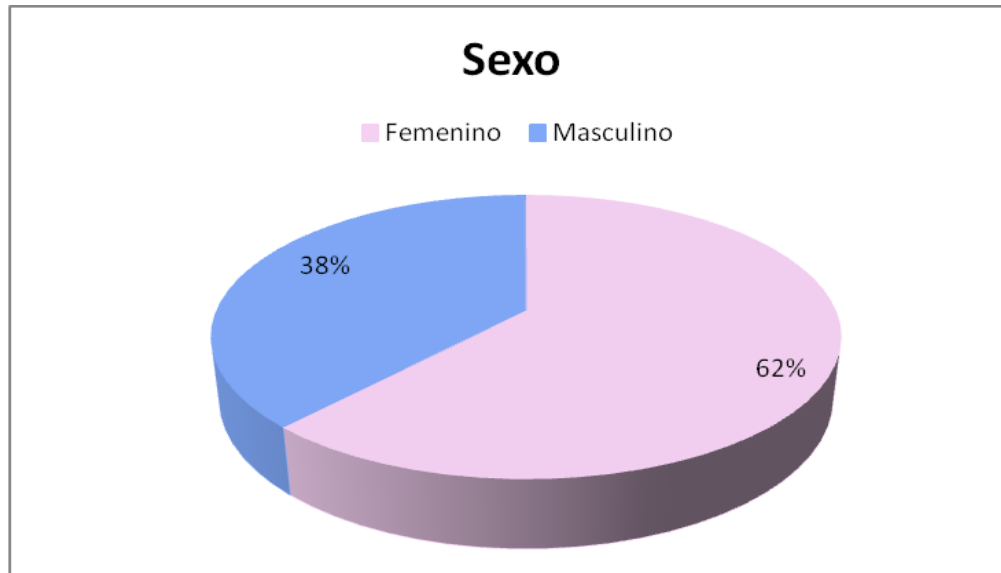
Una vez analizado el maltrato infantil, cuál es el más recurrente en los padres de familia se puede plantear una estrategia creativa y de medios que sensibilice a quienes cometen estos actos y a quienes lo han presenciado y no han tomado cartas en el asunto; de manera que abandonen las actitudes negativas y adopten las positivas como parte de sus creencias.

Resultados y gráficas de la investigación

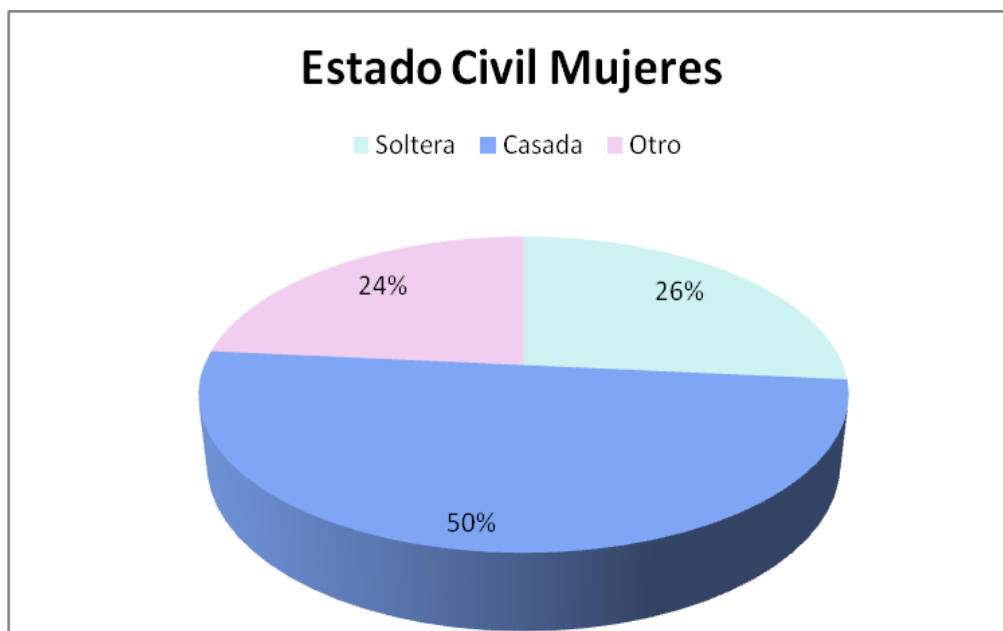
Una vez obtenidos los resultados de la investigación es de suma importancia realizar las gráficas para facilitar su análisis y presentación, ya que se trata de un estudio cuantitativo.

A continuación se presentan las gráficas de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas. El total de los encuestados fueron 220.

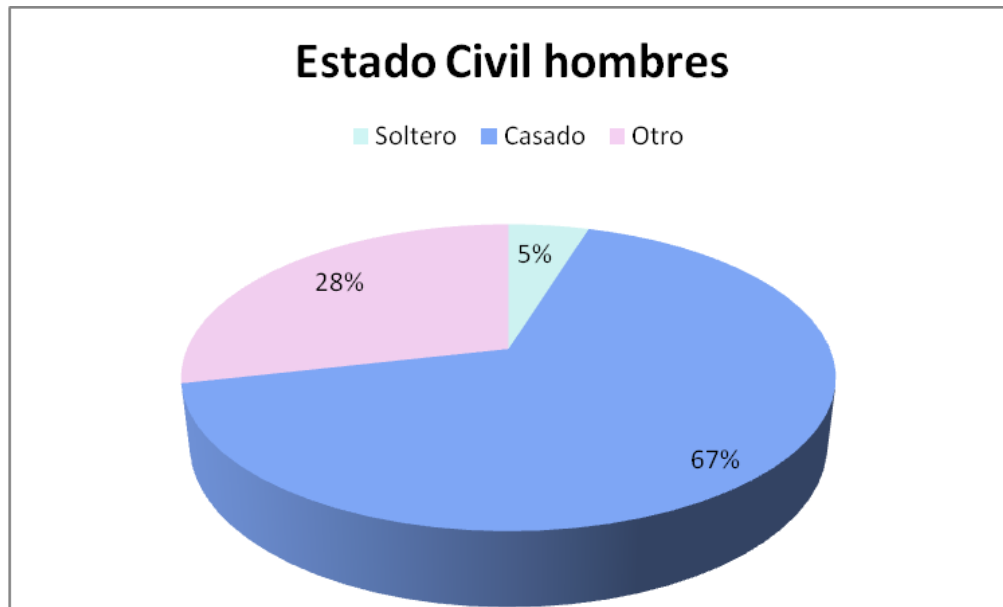
Del total de los encuestados el 62% fueron mujeres y el 38% fueron hombres. Esto se debió a que el género masculino se encontraba trabajando, ya que fungen como jefe de familia.



Del total de mujeres su estado civil el 50% son casadas, el 26% son solteras y el 24% tienen un estado civil distinto (unión libre, divorciadas).

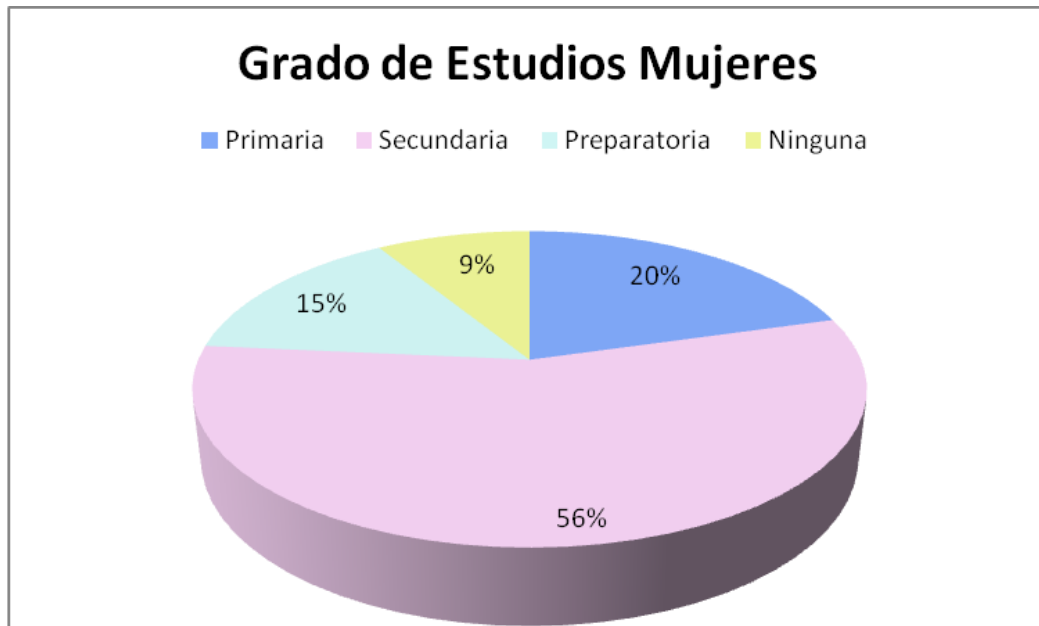


Del total de hombres su estado civil es el siguiente: el 67% es casado, el 5% es soltero y el 28% su estado civil es otro (unión libre, divorciado)

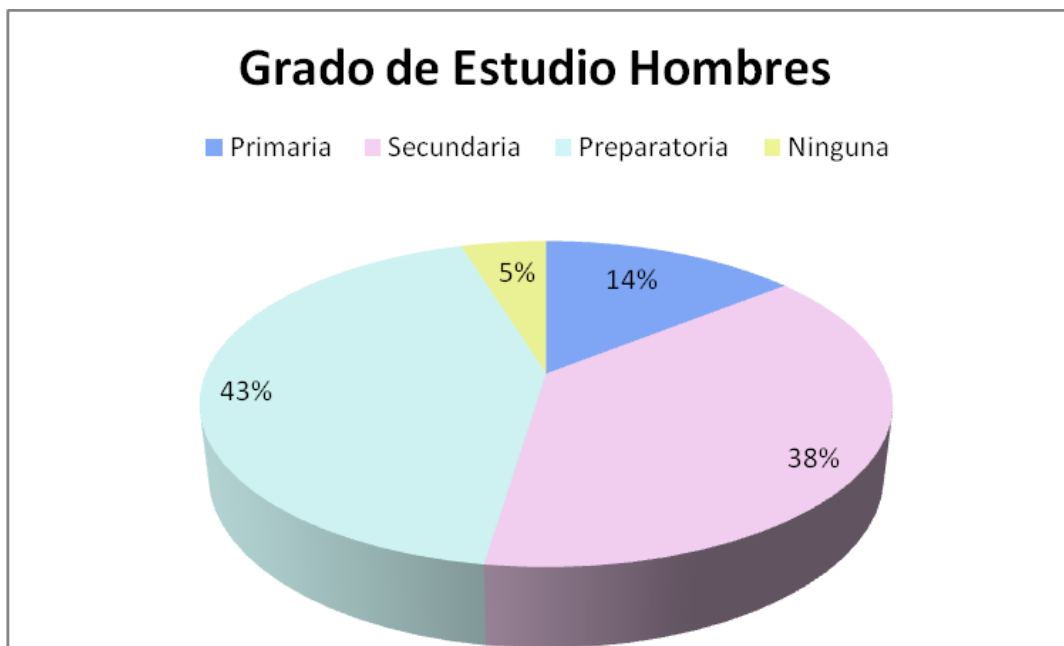


En este apartado debo recalcar que del 100% de las mujeres encuestadas el 24% es soltera, por lo que la formación completa de los niños es sólo por parte de la madre; a diferencia de los hombres, el 5% del total es soltero, un pequeño porcentaje, aquí el hombre es el que se hace cargo de la formación del infante; en ambos sexos además de la formación del niño también recae por completo la manutención del mismo.

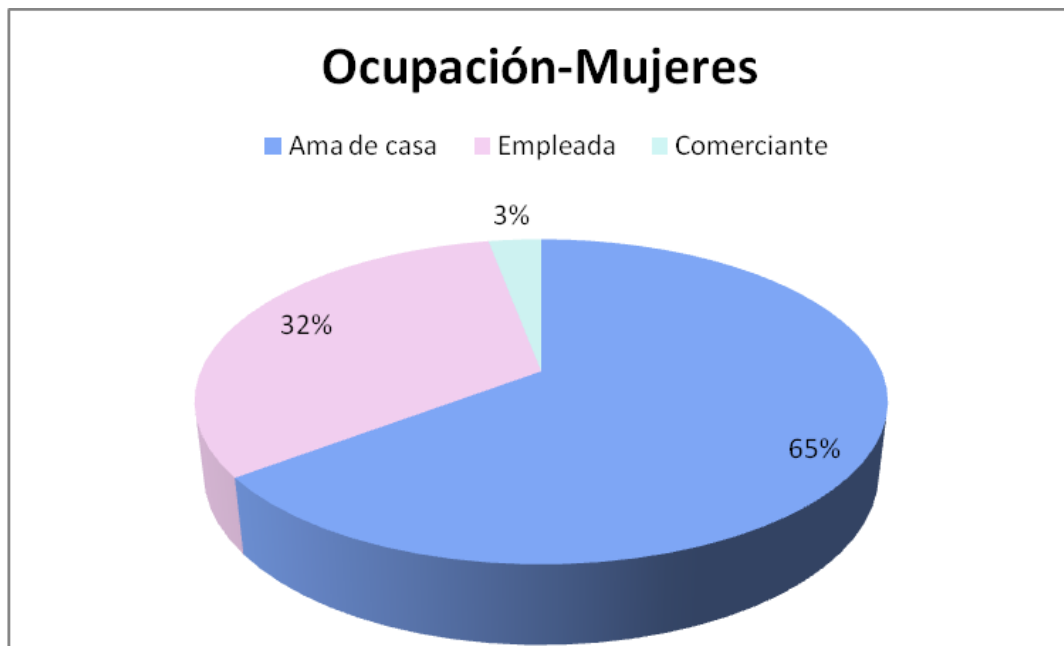
Del 100% de las mujeres su último grado de estudios del 56% es la secundaria, el 20% primaria, el 15% preparatoria y el 9% no estudió.



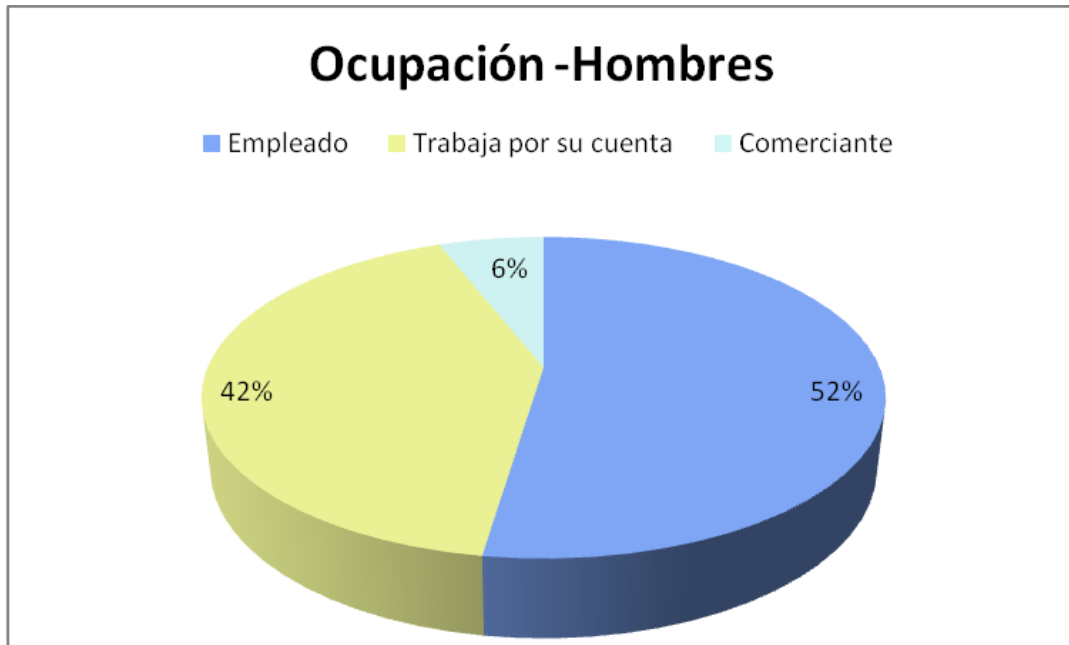
Los hombres por su parte el 43% su último grado de estudios es preparatoria, el 38% secundaria, el 14% primaria y el 5% ninguno.



Estas dos últimas gráficas muestran que las mujeres tienen un nivel de estudios menor al de los hombres; mientras el sexo masculino el 43% tiene la preparatoria mientras que el sexo femenino compite con un 15%; en las mujeres la mayoría sólo tiene la secundaria.



Dentro de las ocupaciones que se mencionaron en la encuesta podemos encontrar que el 65% de las mujeres se dedican al hogar, es decir, son amas de casa; el 32% son empleadas y el 3% son comerciantes.

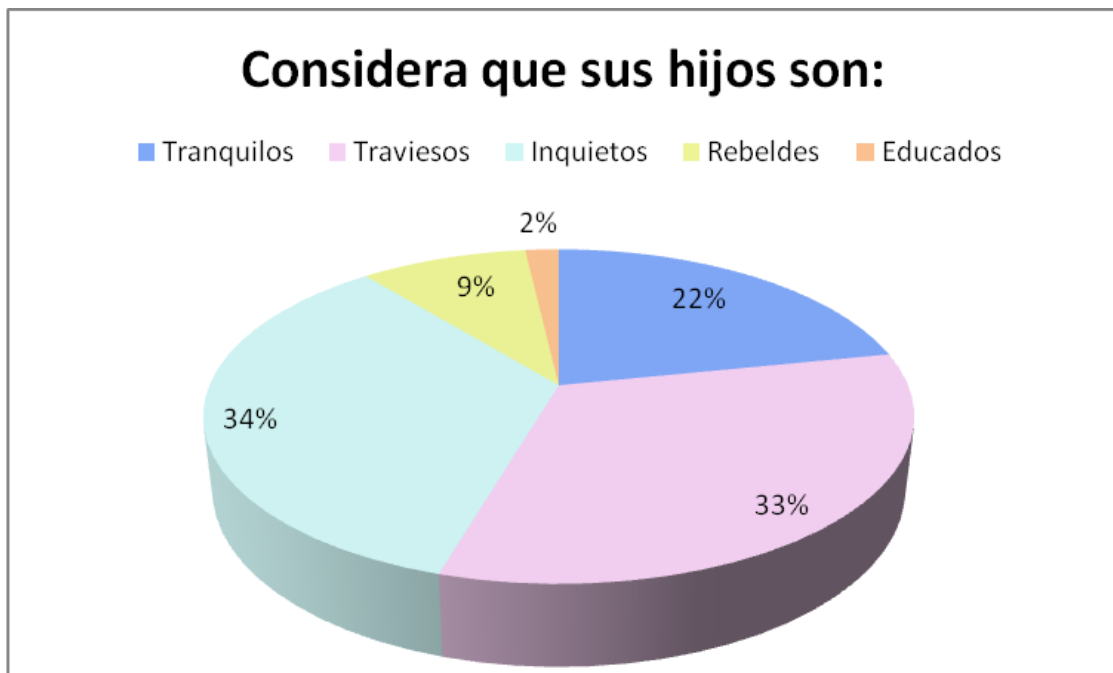


En los resultados de los hombres, encontramos que el 52% son empleados, el 42% trabajan por su cuenta (Taxistas, carpinteros, floricultores) y el 6% son comerciantes.

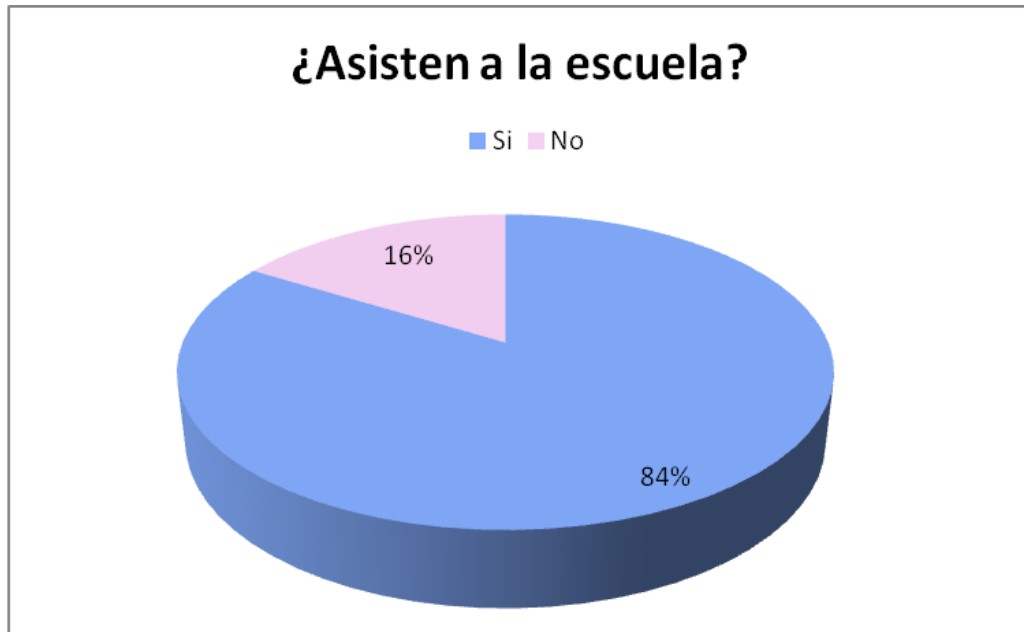
Las gráficas anteriores arrojan que el hombre es el jefe del hogar en la mayoría de los hogares, por lo que la mujer es la que la mayor parte del tiempo se encuentra con sus hijos y por ende se encarga de la formación de ellos. El padre es el soporte económico. Sin embargo un porcentaje alto de mujeres también trabaja para apoyar la economía del hogar, pero hay que recordar que el 26% de las mujeres son madres solteras, por lo que ellas son las encargadas de proveer en sus hogares soporte económico.

Las anteriores preguntas son de información general que fungieron como filtro, con el objetivo de que las encuestas sólo fueran aplicadas a aquellos que entren dentro del grupo objetivo de la encuesta.

A continuación se presentan las gráficas que van encaminadas a conocer la forma más común en que los padres corrigen a sus hijos ante eventos o acciones que ellos consideran incorrectas y sus opiniones acerca de las formas más comunes de maltrato infantil, que han sido aceptadas por la sociedad como forma de educación.



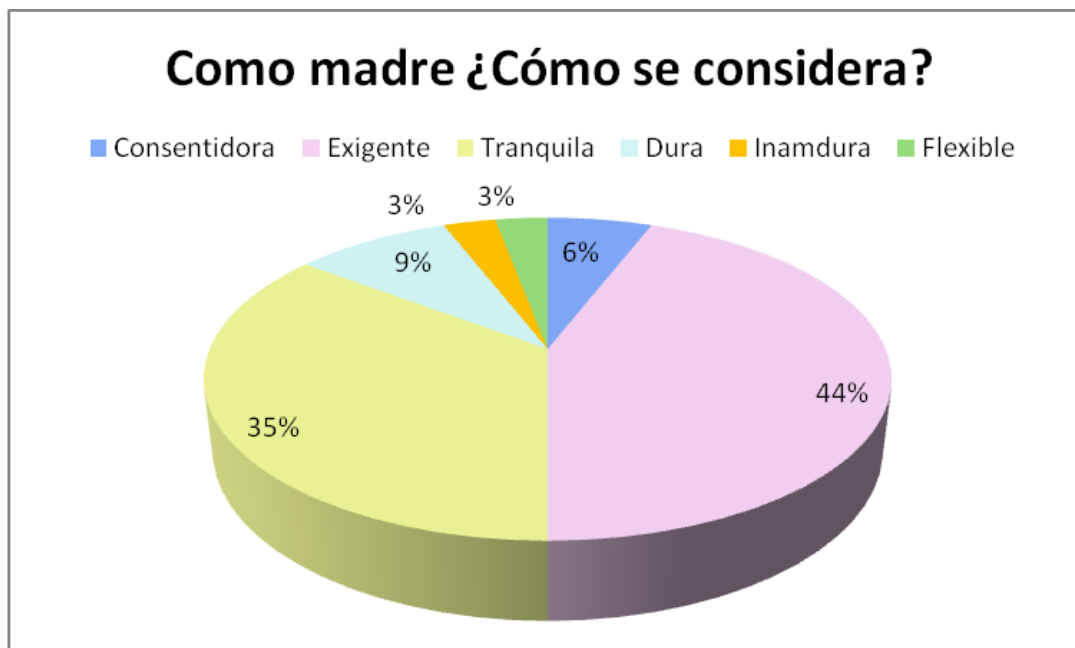
Al preguntarles a los padres la forma de ser de sus hijos el 34% considera que son inquietos, el 33% que son rebeldes, el 22% son tranquilos, el 9% son rebeldes y el 2% son educados.



Del total de los encuestados el 84% de ellos lleva a sus hijos a la escuela, el otro 16% no, en el total de los casos esto se debe a que los niños son muy pequeños, es decir, 3 años pero que en el siguiente ciclo escolar asistirán.

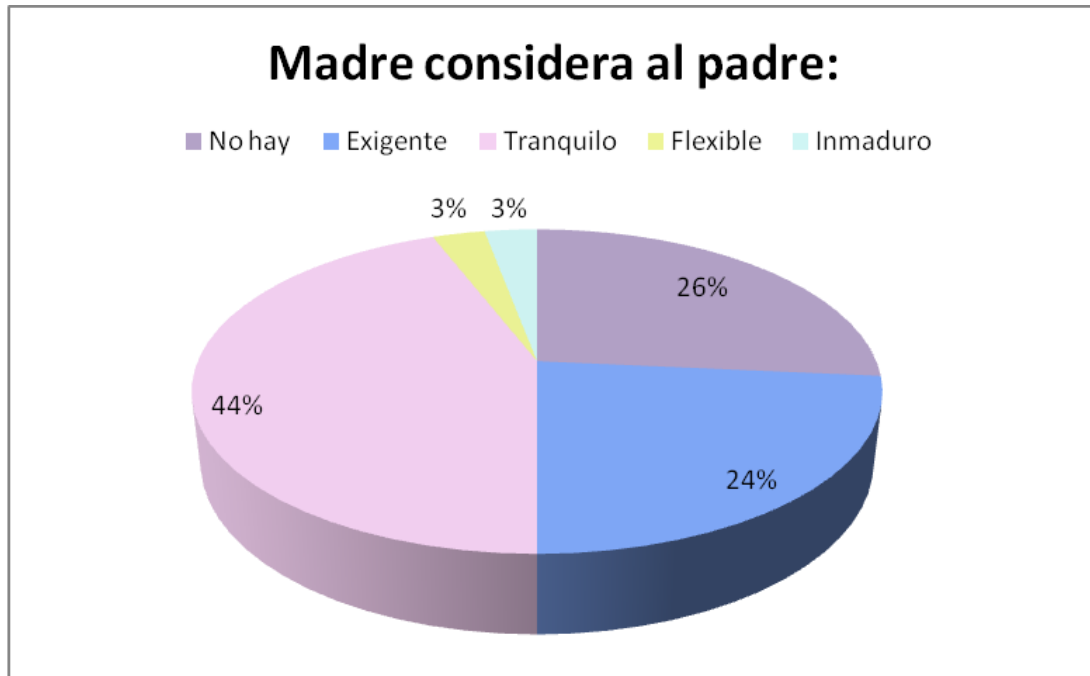


Al preguntarles si sus hijos realizaban alguna actividad extraescolar como forma de educación, el 71% de los padres dijeron que no, que en ocasiones los llevan al parque, pero algo establecido no; a diferencia del 29% que respondieron que si, entre las actividades que se mencionaron que sus hijos realizan son: futbol, ballet, natación, básquet y danza.



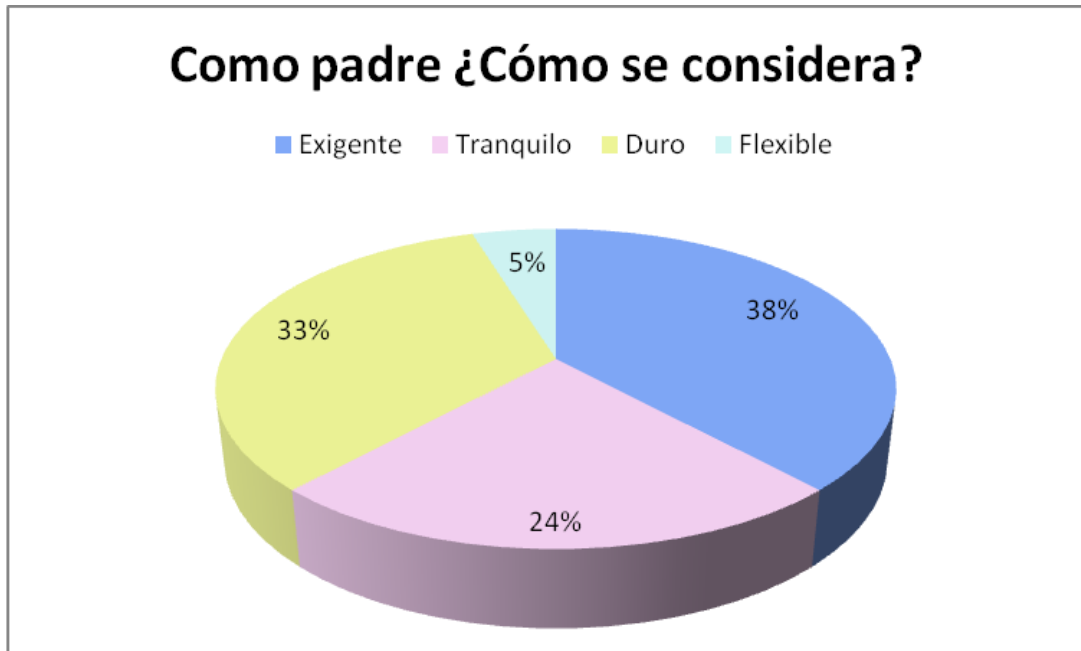
Del total de mujeres que fueron entrevistadas, se les pregunto cómo se consideraban como madres, el 44% de ellas se consideran exigente, el 35% de ellas se consideran tranquilas, el 9% de ellas son duras, el 6% son consentidoras, el 35 de ellas se considera flexible y el otro 3% inmaduras.

De igual manera a estas mujeres al preguntarles cómo son los padres de los niños:



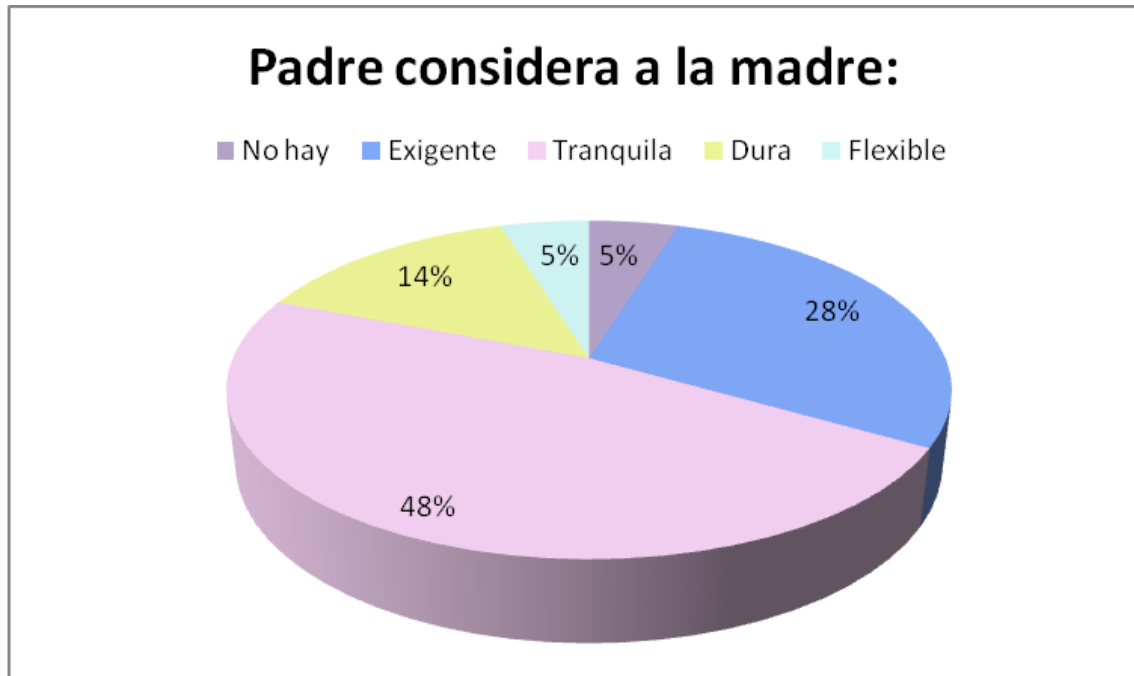
El 44% de las madres considera que su pareja es tranquilo, 26% es madre soltera, el 24% considera que es exigente, el 3% es flexible y el otro 3% lo considera inmaduro.

De estos resultados puedo decir que las mujeres se consideran más exigentes que su pareja, recordando que la mayoría de las mujeres al dedicarse al hogar son ellas las que se encargan en mayor tiempo a la formación del niño, quien los reprende, los premia; teniendo como apoyo a su pareja. Asimismo debo recalcar que un porcentaje alto de estas mujeres es soltera, es decir, se encarga de la educación y la manutención del hijo(s), lo cual resulta complicado.



Al realizar la misma pregunta a los padres el 38% de ellos se considera exigente, el 33% duro, el 24% se dice tranquilo y el 5% es flexible. Al igual que las mujeres, un gran porcentaje de ellos se considera exigente y el otro tanto duro, a diferencia de las mujeres que el segundo porcentaje alto se considera consentidora.

Al preguntarles acerca de cómo era su pareja como madre, respondieron lo siguiente:

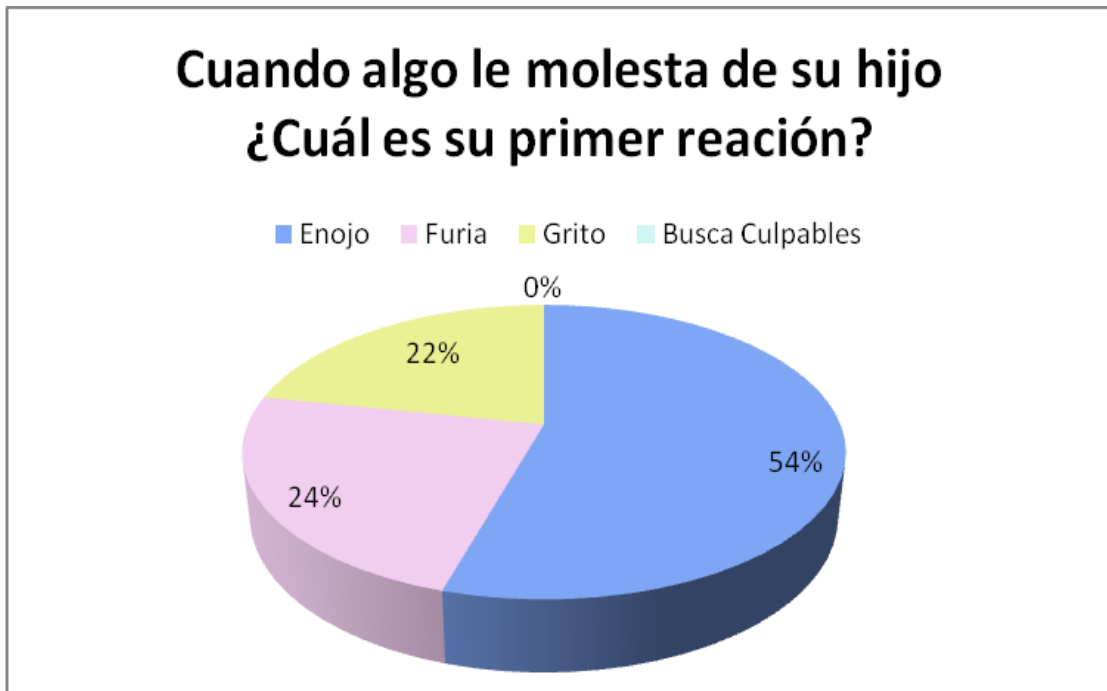


El 48% de ellos considera a su pareja tranquila, el 28% exigente, 14% es dura, el 5% flexible y el otro 5% no tiene pareja.

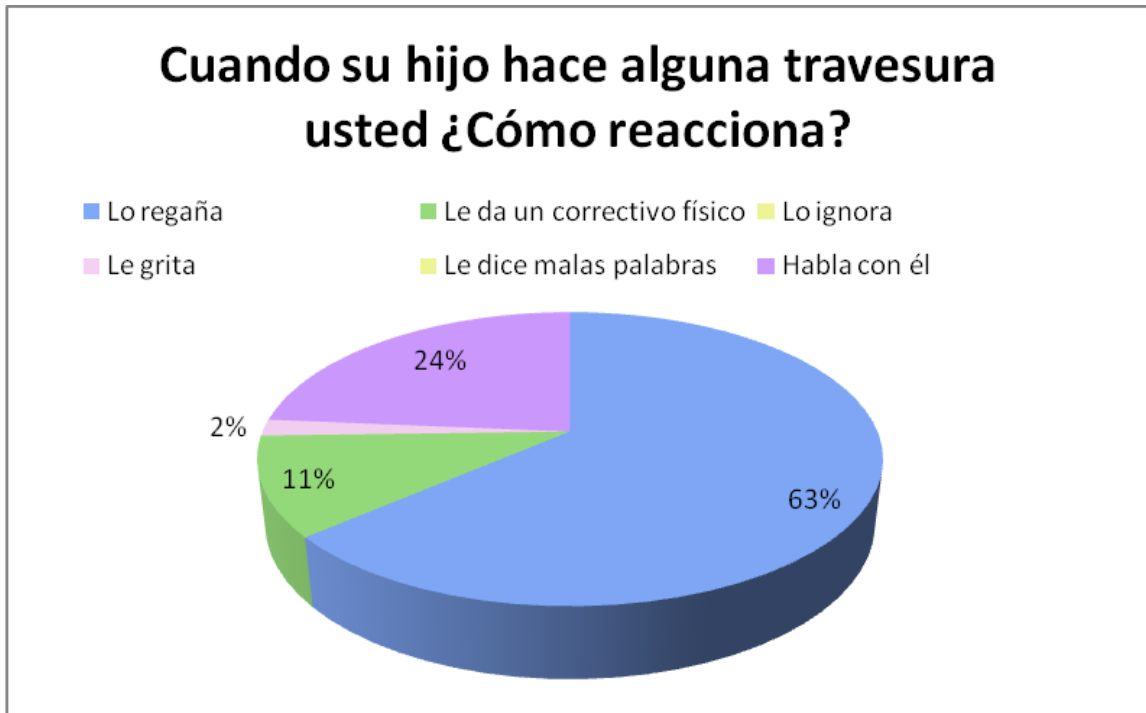
La mayoría de los padres consideran que su pareja es tranquila, al igual que las mujeres, sin embargo otro porcentaje alto consideran que son exigentes como ellos y que ellos dieron un adjetivo que las mujeres no dieron a su pareja, que son duras con sus hijos. Así mismo un porcentaje mínimo no tiene pareja, a diferencia del porcentaje que se maneja con mujeres que son solteras, un 5% de padres solteros contra un 26% de madres solteras.

Las preguntas anteriores nos brindaron información sobre la forma de ser tanto de los hijos como de los padres, para poder entrar de lleno en el tema de la forma en que reaccionan los padres ante acciones que realizan sus hijos. Las siguientes

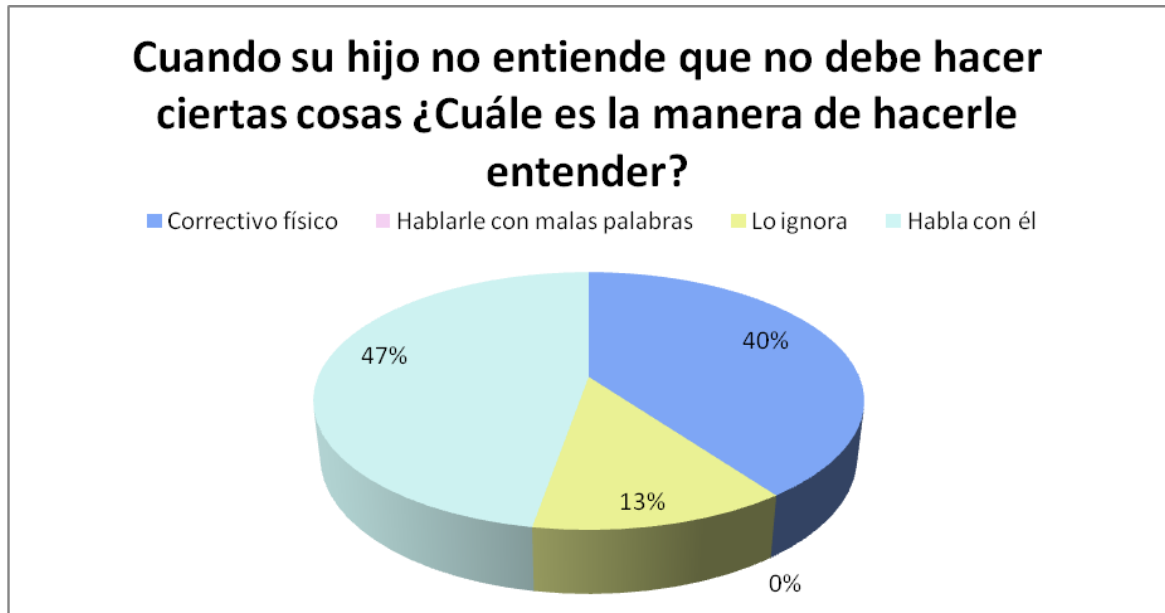
gráficas ya van encaminadas a las diferentes formas de maltrato que pueden presentar los niños por parte de los padres.



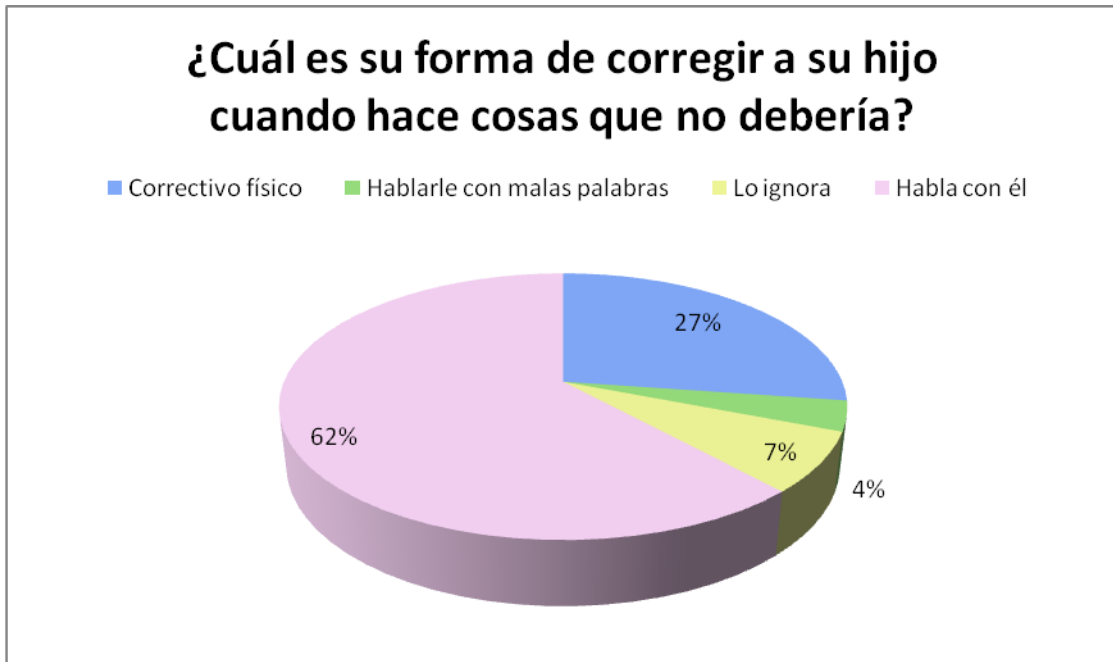
De los padres que fueron entrevistados la primer reacción del 54% es sentir enajo, el 24% siente furia, el 22% grita a sus hijos.



Al preguntarles cuál es su reacción cuando sus hijos hacen alguna travesura, el 63% lo regaña, el 24% habla con él sobre lo que hizo, el 11% le pega y el 2% le grita.

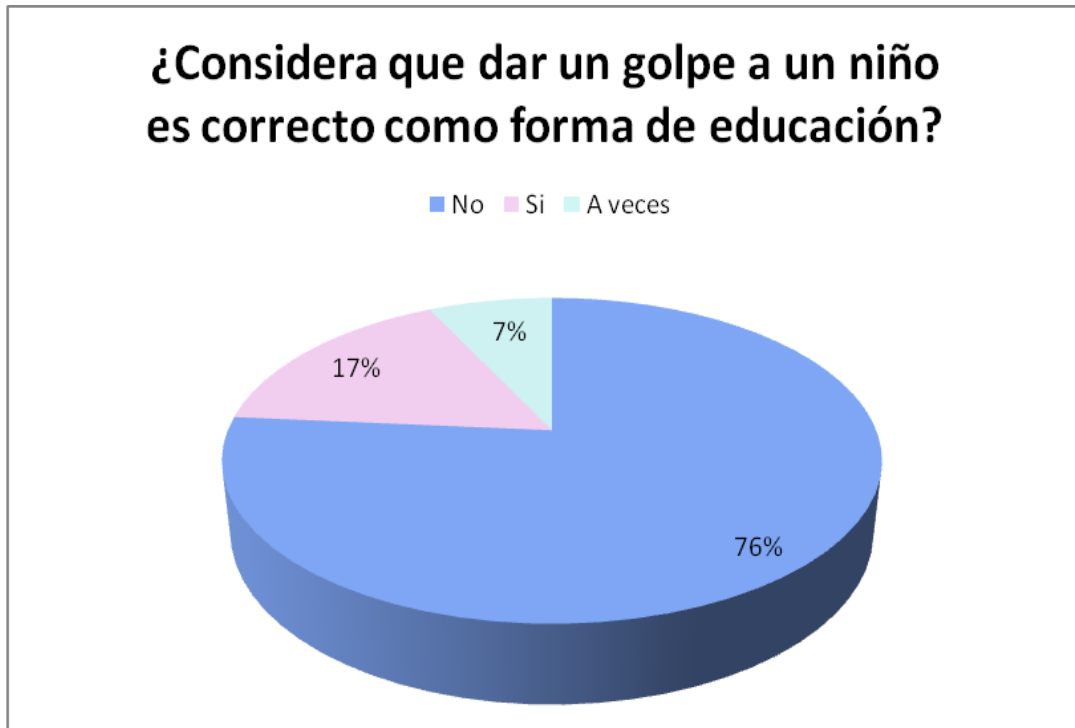


En esta pregunta los padres mencionaban que si ya lo habían regañado o hablado con él y seguían sin entender el 47% recurría a hablar con él para hacerle entender que no debe de repetir lo que había hecho, el 40% le daba un golpe porque así lo consideran necesario y el 13% lo ignoraba como forma de castigo. Ninguno de los padres le dice malas palabras.



Se les preguntó a los padres cuál es su forma más común de corregir a sus hijos cuando hacen cosas que no debería, el 62% hablan con él, el 27% les pega, el 7% lo ignora y el 4% les habla con malas palabras. A pesar de que la mayoría de los padres prefiere hablar con sus hijos como su forma más común de corregirlos, un porcentaje alto les pega.

Al conocer las reacciones de los padres hacia sus hijos cuando éstos hacen cosas que no deberían o que molestan a los primeros, pasamos a preguntarles si consideran correctas algunas formas de educación y el porqué de su respuesta.



El 76% de los padres consideran que no es correcto pegarle a un niño, entre los porqués se encuentran que los traumas, los lastimas físicamente como mentalmente, que ellos fueron educados así y que no funciona, ya que esto hace que los niños se vuelvan más rebeldes y que comentan travesuras con mayor frecuencia.

El 17% considera que si es correcto golpear a un niño, aquí los encuestado mencionaron que ellos fueron educados sí y que por lo tanto ellos educan a sus hijos así, además de que es la única forma en la que un niño entiende que las cosas que hace están mal.

El 7% considera que a veces dar un golpe a un niño está bien, pues mencionaban que mejor darle un golpe a su hijo a tiempo estaba bien, así le ponen un alto y ya

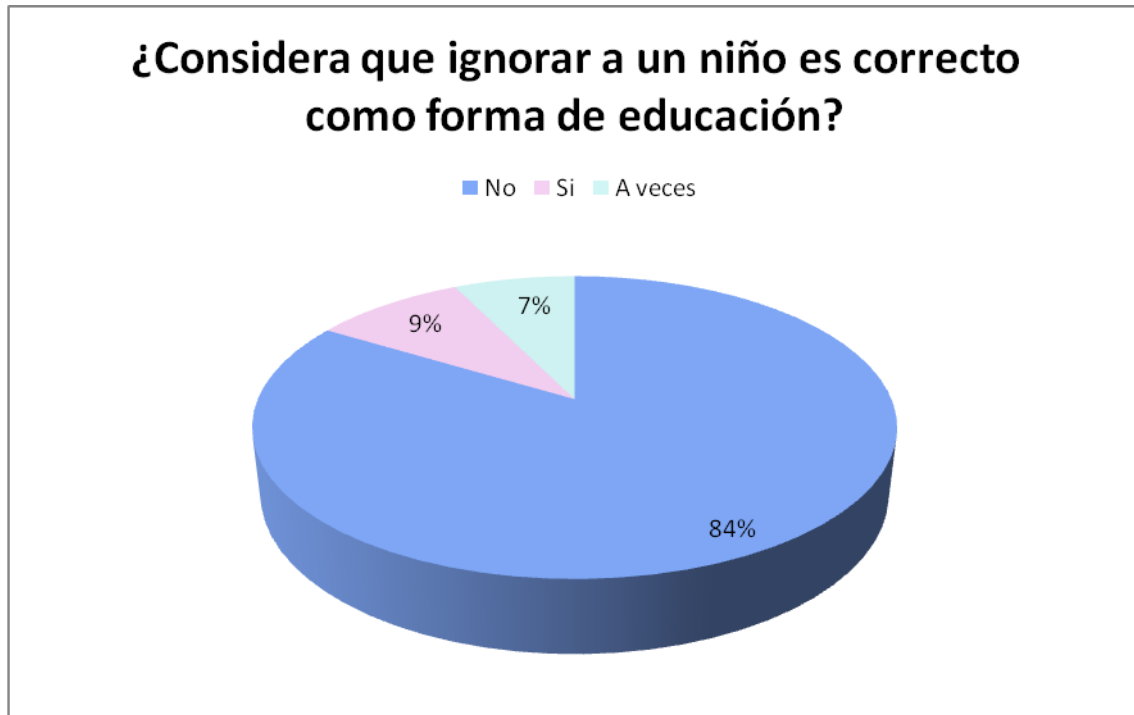
no lo vuelve a hacer. “Dar un golpe a un niño a tiempo está bien, a destiempo ya no sirve de nada” mencionó una madre entrevistada.



La mayor parte de los entrevistados consideran que no es correcto decir grosería a sus hijos con un 89%, esto se debe a que con esto los estas induciendo a que ellos los digan y que crezcan con este tipo de palabras y que en algún momento ellos pueden decírtelas, además de que los dañan mentalmente.

El 7% considera que si es correcto, estas personas mencionan que ellas fueron educadas así, por lo que ellos educan a sus hijos de la misma manera,

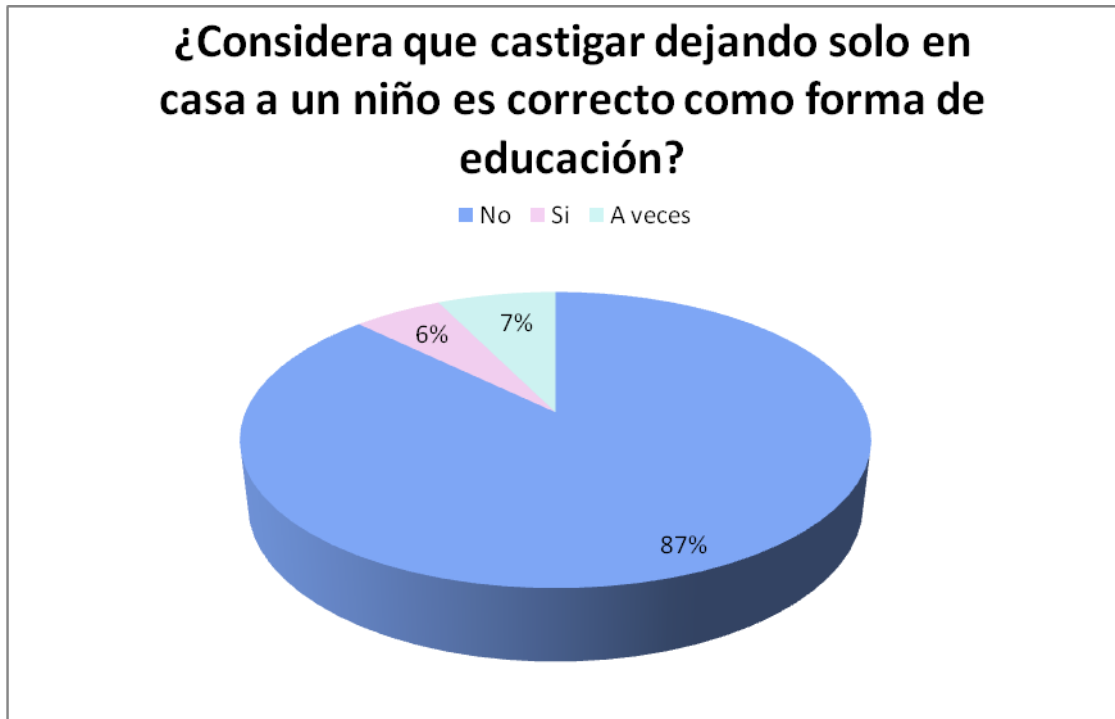
El 4% consideran que a veces si es bueno, para que entiendan que estas molesto y que no deben de hacer ciertas cosas, sin embargo no es bueno decirlas muy seguido.



El 84% de los padres considera que no es correcto ignorar a un niño, ya que ellos por ser pequeños necesitan de toda su atención para que tengan una infancia completa, además de que al no medir sus actos corren ciertos peligros, por lo que un padre siempre debe estar pendiente de ellos.

El 9% considera que sí es bueno como forma de educación, ya que si no les pegan, ni les dicen groserías ellos deben saber que se encuentran enojados y que lo que hicieron no está bien. Algunos otros mencionaron que es correcto porque así los niños se dan cuenta por sí solos qué tipo de cosas no deben hacer.

El 7% mencionó que a veces es bueno ignorar a un niño, después de que ya hablaron con él sobre lo que hizo y lo vuelven a cometer la misma travesura ya es momento de dejar de hacerles caso.



El 87% de los padres indicaron que no es correcto dejar a un niño en casa, ya que en ese lugar se encuentran muchas cosas que pueden dañarlos, corren peligro estando solos, además de que los niños siempre deben ser vigilados para evitar cualquier tipo de accidentes.

El 6% considera que si es correcto dejar a un niño en casa, como un método de castigo ante cosas que realizaron.

El 7% de los padres cree que en ocasiones es correcto, todo va a depender del grado de travesura que haya cometido el menor.

En esta pregunta algunas mujeres que son solteras respondieron que no es correcto dejarlos solos, sin embargo muchas veces lo hacen ya que no cuentan con el apoyo de una pareja, ni los recursos económicos para pagar a alguien para

que lo(s) cuida. Es por eso que existen días que sus hijos permanecen en casa solos al cuidado del mayor hasta que alguien mayor regrese.

Ahora analizaremos y compararemos su opción acerca de si son correctas ciertas formas de “educación” y la frecuencia con la que los padres las aplican.

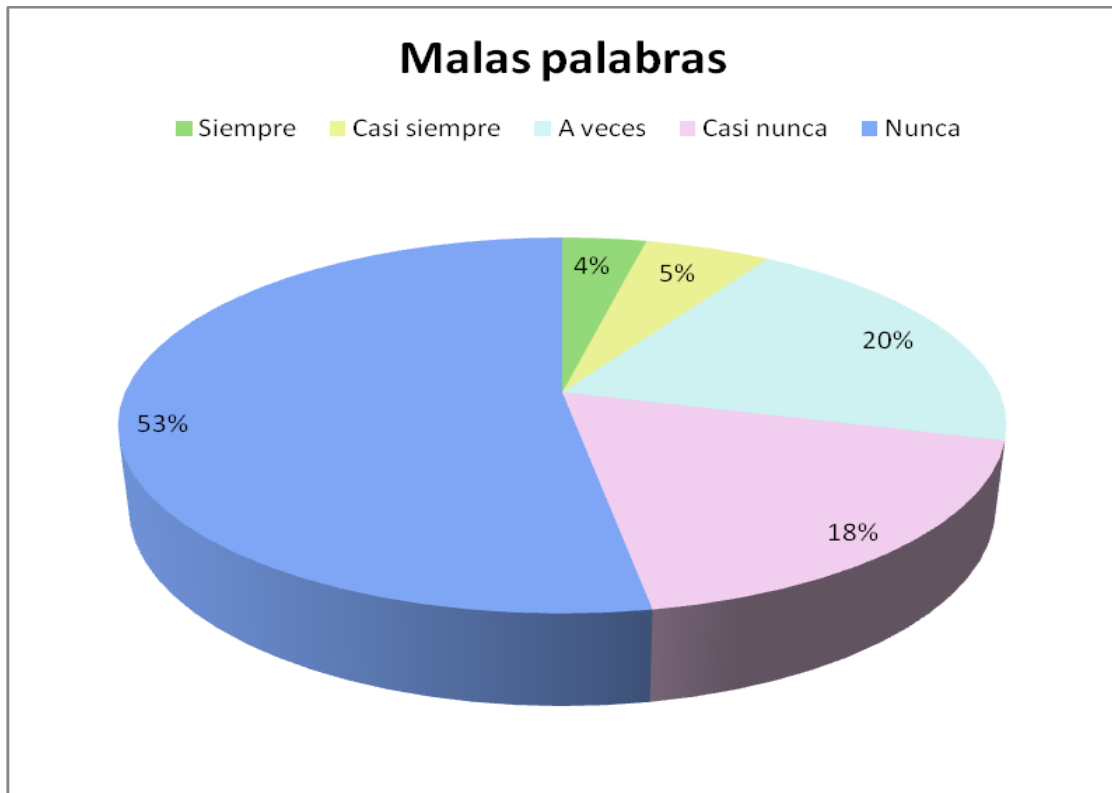
Al preguntarles con qué frecuencia ellos castigaban de las siguientes formas:



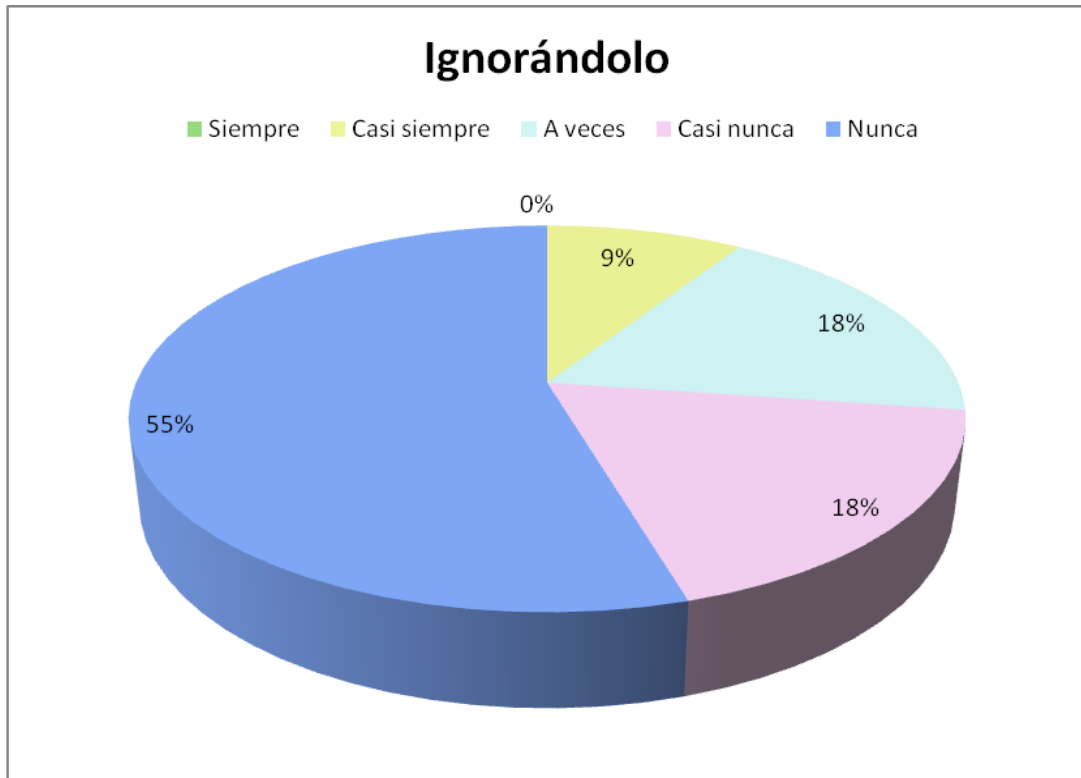
El 34% dijo que a veces castiga a sus hijos dándoles un golpe, contrastando con el 76% que considera que no es una buena forma de educación para los niños. Creen no es la forma sin embargo lo hacen.

El 22% casi nunca castiga a su hijo dándole un golpe, otro 22% nunca lo hace. Un 13% siempre reprende a su hijo golpeándolo. De acuerdo con las preguntas

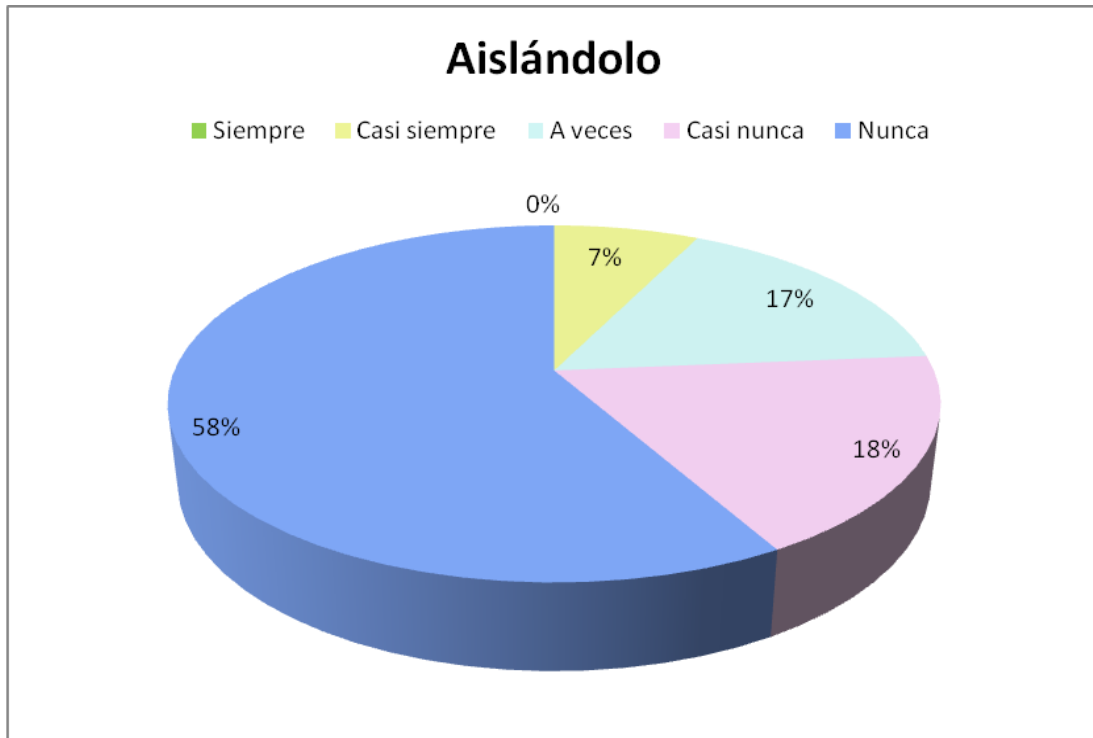
anteriores esto se debe a que ellos fueron educados así y consideran pertinente educar así a los suyos.



En este apartado el 53% de los encuestados nunca le dicen malas palabras a sus hijos, el 20% a veces lo hacen, mencionaban que no lo consideraban correcto, sin embargo cuando están enojados el impulso los hace decirlos, el 18% casi nunca lo hacen, mientras que el 5% casi siempre lo hacen y un mínimo porcentaje el 4% siempre lo hace.



El 55% de los padres nunca ignoran a sus hijos como forma de castigo, mientras que el 18% casi nunca; el otro 18% dice que sólo lo hace a veces, contra un 9% menciona que casi siempre lo hace, esto quizá se debe a lo mencionado con anterioridad, deben tener un castigo y que ellos solos se den cuenta de sus errores.



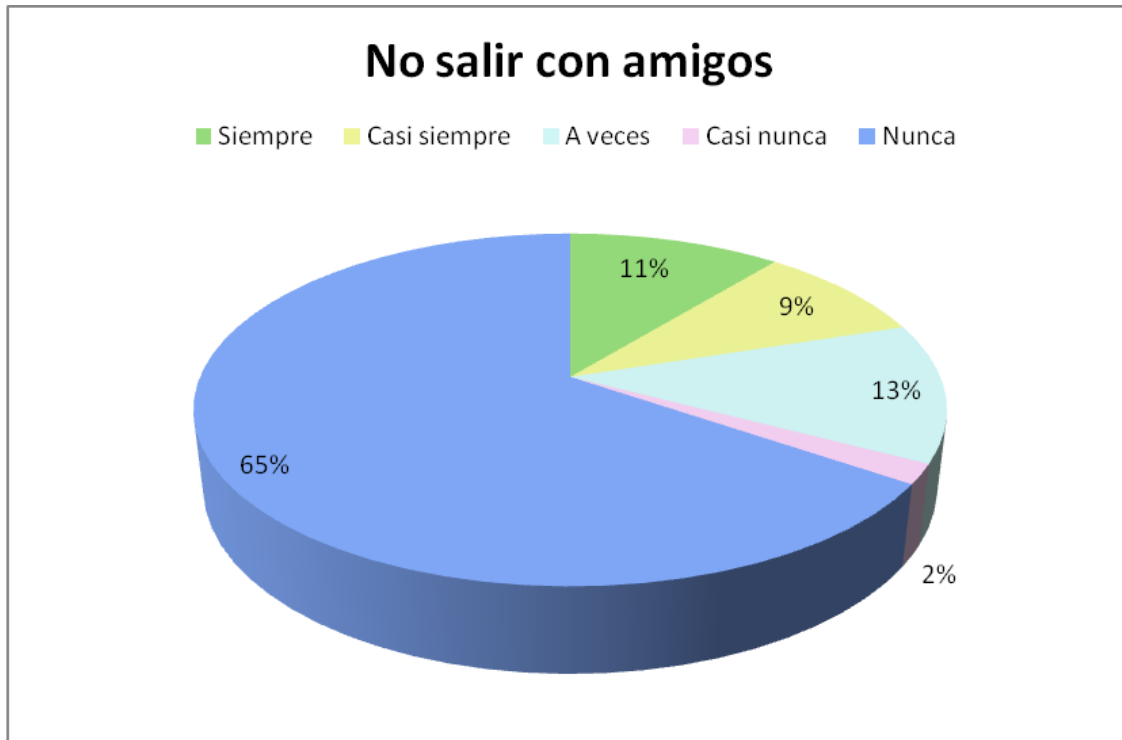
De los encuestados el 56% nunca aísla a sus hijos, mientras que un 18% casi nunca lo hace, el 17% lo hace a veces y el 7% casi siempre, en esta parte algunos de los padres mencionaban que lo que hacen es mandarlos a su cuarto hasta que se les pase el llanto, berrinche.



62% de los padres nunca dejan de ponerle atención, consideran que un niño siempre debe tener la atención de sus padres ya que pueden ocurrirles muchos accidentes, el 18% a veces lo hacen, el 14% casi nunca lo hacen, el 4% casi siempre y el 2% siempre lo hacen como forma de castigo.



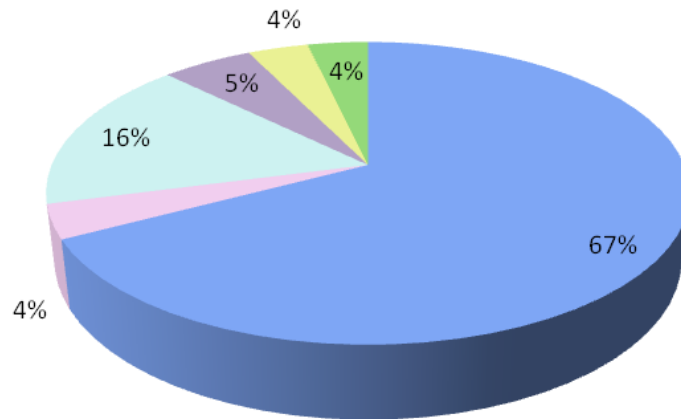
El 29% de los padres nunca castigan a sus hijos sin dejarlos ver la tele, el 25% casi siempre los castiga de esta manera, el 22% siempre lo hace, el 15% a veces lo hace mientras que el 9% casi nunca.



El 65% nunca castiga a sus hijos sin dejarlos salir, esto se debe a que la mayoría de los niños casi no salen de su casa solo, algunos de ellos son muy pequeños aún para esto. El 13% a veces los castiga así, el 11% siempre lo hace, pero son niños de mayor edad, el 9% casi siempre, mientras que el 2% casi nunca.

¿Cuál considera que es la mejor forma de corregir a un niño ante actitudes que usted considera incorrectas?

- Hablando con ellos
- Estar al pendiente de sus actos
- Golpes
- Castigo
- Regaños
- Ignorarlos/aislarlos



La última pregunta va encaminada a conocer cuál es la mejor forma que los padres consideran para educar a sus hijos, el 67% de ellos contestaron que la mejor es hablando con ellos, explicarles el porqué del castigo y darles a conocer aquellos actos y actitudes que son correctas e incorrectas; el 16% considera que golpearlos es la mejor forma, ya que es la única manera en la que ellos entienden, además de que deben saber quién es el que manda en la casa, algunos otros mencionaron que un golpe a tiempo está bien. El 5% considera que castigarlos es la mejor forma, ya que así los niños se darán cuenta que sus actitudes tienen consecuencias, la mayoría de estos padres mencionaba que el castigo es con cosas que a ellos les gustan, por ejemplo computadora, televisión, videojuegos. El 4% considera que la mejor forma de educación es estar al pendiente de sus actos

y de esta manera corregir sus actitudes negativas y enseñarles qué está bien y qué está mal. El otro 4% considera que regañarlos es la mejor forma de corregir a un niño.

De este estudio de mercado puedo concluir que la mayoría de los padres de familia consideran que no es correcto maltratar a un niño como forma de educación, sin embargo al preguntarles la frecuencia con la que realizaban ciertos actos como golpearlos, decirles groserías, ignorarlos contrasto mucho con sus respuestas anteriores, así mismo con la mejor forma de corregir a un niño, en donde la mayoría considera que hablar con ellos y explicarles qué está bien y qué está mal.

Así mismo un 26% de las mujeres con madres solteras por lo que muchas veces se ven obligadas a dejar a sus hijos solos en casa o con personas que no tienen el mismo cuidado que un padre, de igual forma los hombres siendo un 5% del total.

Con lo anterior queda demostrado que las personas han cambiado la forma en la que corrigen a un niño, sin embargo el porcentaje de padres que continua con las prácticas pasadas siguen presentes, el golpear a un niño continua con un gran porcentaje; así como decirle groserías, que si bien ha disminuido aún sigue presente. Aquellos padres que consideran que golpear a un pequeño es correcto se excusaban en que ellos fueron educados así y por lo mismo ellos lo hacen creando un círculo de la problemática, pues a que niño que creció siendo golpeado, golpeará cuando crezca.

De igual forma decir malas palabras, los encuestados mencionaron que decirles malas palabras a un niño es incitarlo a que ellos las digan cuando crezcan, creando una vez más la repetición de patrones por parte de los niños.

Ignorar o aislar a un niño también es parte de las formas que los padres usan, en un menor porcentaje, sin embargo este tipo de acciones también son consideradas como maltrato, ya que básicamente los niños crecen solos, sin los cuidados ni atenciones que necesitan, asimismo este tipo de niños crecen sin identificar lo que está bien y lo que está mal.

Debemos recordar que la forma en que los niños son educados en su infancia serán los futuros educadores de sus progenitores, ya que todo lo vivido influye en su forma de ser y desenvolverse dentro de la sociedad.

Brief

La publicidad social y comercial hace uso del *Brief*, un documento que entregan las empresas o clientes a la agencia de publicidad, donde se proporcionan los datos sobre el producto, servicio o problemática que se quiere comunicar para desarrollar la estrategia, el plan y la creatividad.

Los elementos que componen un *brief* son: historia publicitaria, características del producto, servicio o problemática, análisis del grupo objetivo, competencia directa e indirecta, percepción actual y deseada; objetivos de *marketing* y publicitarios.

- ❖ **Historia publicitaria.** Es el primer elemento del brief. Se analizan los datos pasados con respecto al producto, servicio o problemática, es un panorama general que le permite al publicista conocer las campañas realizadas anteriormente. Para el caso de las campañas sociales es el contexto del problema.
- ❖ **Características del producto, servicio o problemática.** Se analizan las características que componen al producto, sus ventajas y desventajas, así como los beneficios tangibles e intangibles que ofrecen para sacar ventaja y encontrar ese plus para explotarlo y diferenciarlo de la competencia.
- ❖ **Análisis del grupo objetivo.** Se estudia al grupo objetivo. Se desarrolla el perfil demográfico y psicográfico del público meta al que se dirige la campaña. Responde a la pregunta ¿A quién? En el caso de una campaña

social es el adoptante meta, aquellas personas a las que se les transmite una ideología o actitud.

- ❖ **Competencia directa e indirecta.** Se realiza una investigación sobre la competencia que se tiene y no repetir patrones así como errores. La competencia directa es aquella que tiene las mismas características del producto o servicio; la competencia indirecta es similar el producto o servicio, sin embargo ataca de la misma manera el mercado.
- ❖ **Percepción actual y deseada.** Es la idea que tiene nuestro grupo objetivo sobre el producto, servicio o problemática antes de la campaña, el posicionamiento que tienen éstos en tiempo y espacio real, y la percepción deseada es aquella que queremos lograr después de que se haya lanzado la campaña publicitaria.
- ❖ **Objetivos de mercadotecnia y publicitarios.** Éstos van a depender del ciclo de vida en el que se encuentre el producto: lanzamiento, mantenimiento o reposicionamiento.

A continuación se presenta el brief de dicha campaña

Propuesta de campaña social para prevenir el maltrato infantil en la delegación Tlalpan. “Ellos ven, escuchan y actúan”

Contexto de la problemática

Esta campaña publicitaria no tiene fines comerciales, no está enfocada en un producto o servicio, sino en sensibilizar a padres de familia y terceros sobre el maltrato infantil, con ello disminuir la incidencia de dicha problemática social.

“El maltrato Infantil es un problema creciente que aqueja a la sociedad mexicana, según el Instituto Nacional de de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) indica que el 30.4% de los hogares de nuestro país sufre de violencia familiar.”⁸⁴

De igual forma el *Estudio del Secretario General de la Naciones Unidas Sobre la Violencia Contra los Niños y el Informe sobre Violencia y Salud* (a cargo de la Secretaría de Salud), 2 niños con menos de 14 años muere cada día a causa de la violencia.

En nuestro país son el Sistema Nacional para el Desarrollo Integran de la Familia y el INEGI quienes llevan un registro de las denuncias sobre este problema, sin embargo los registros no son del todo cierto pues se estima que el total de los casos de maltrato infantil es superior al total de casos denunciados.

⁸⁴ CRUZ, Santos Manuel, “Concepto de Violencia Familiar” en *Boletín de los Sistemas Nacionales Estadístico y de Información Geográfica*, Vol. 2, pág. 2.

“El maltrato infantil es una de las principales causas de muerte en los niños de nuestro país, y se considera un grave problema social de escalas insospechadas, pues las estadísticas que se realizan al respecto sólo muestran una pequeña parte de este gran problema, ya que las denuncias no corresponden a la realidad social ni a la magnitud de violencia que vive la niñez mexicana, declaró el jefe del Departamento de Equidad y Género de los Centros de Integración Juvenil a nivel nacional, Lic. Juan David González Sánchez.”⁸⁵

Características Generales de la problemática

El maltrato infantil es “Una enfermedad social, presente en todos los sectores y clases sociales producida por factores multicausales, interactuantes y de diversas intensidades y tiempos que afectan el desarrollo armónico íntegro y adecuado de un menor, comprometiendo su educación y consecuentemente su desenvolvimiento escolar con disturbios que ponen en riesgo su socialización y, por tanto su conformación personal y posteriormente social y profesional.”⁸⁶

Se puede presentar de la siguiente manera:

- ❖ **Físico:** Es cualquier acción no accidental por parte de los padres o mayores a su cargo, que le provoque daño físico o enfermedad en el infante. Este tipo de maltrato se presenta por medio de moretones, quemaduras, heridas, fracturas, etc.

⁸⁵ Monsivais Aguilar, Paulo, *Ocupa México el Segundo Lugar en Maltrato Infantil en Latinoamérica* en Sol de Tampico.

⁸⁶ González, Op. Cit. Pág. 43

- ❖ **Maltrato Psico-Emocional:** Es la expresión verbal en forma de insulto, desprecio, crítica, amenaza, bloqueo en sus iniciativas que interacción infantil por parte de un adulto.
- ❖ **Abandono o negligencia:** cualquier conducta que prive al niño de la supervisión o atención indispensable para su desarrollo. Este tipo de maltrato es el más frecuente sin embargo es el menos visible y al que menos se le presta atención, pues no tiene consecuencias visibles a primera vista.
- ❖ **Abuso Sexual:** Es cualquier clase de contacto sexual con una persona menor de 18 años por parte de un adulto desde una posición de poder o autoridad sobre un niño. Tiene cuatro categorías: incesto, violación, vejación, abuso sexual.

Análisis del grupo objetivo

Demográfico y geográfico. Hombres y mujeres padres de familia, de NSE D+, C; que tenga hijos de 3 a 10 años, que residan en la delegación Tlalpan.

Psicográfico. Son hombres y mujeres que ante ciertos eventos que consideran incorrectos reaccionan de una manera agresiva, ya sea a través de golpes, insultos, gritos o en su caso no hacer caso a los infantes.

Son personas que por su educación y su aprendizaje empírico consideran que la mejor forma de educar a un niño a es través de los malos tratos, de castigos, de golpes, etc.

Competencia directa e indirecta

Como competencia directa no hay, ya que en la Delegación Tlalpan no se han realizado campañas de publicidad social para prevenir esta problemática.

En la competencia indirecta podemos encontrar aquellos programas que el gobierno de Tlalpan ha puesto en marcha para disminuir la incidencia de maltrato en dicha delegación:

- Conversatorios vs Maltrato Infantil.

Con el objetivo de eliminar la violencia hacia los niños y adolescentes; fomentar la creación de modelos de defensa de los derechos de los menores, la Delegación Tlalpan encabezado por Maricela Contreras Julián ha realizado Conversatorios de prevención, Atención, Defensa, Sanación y Erradicación de todas las formas de Maltrato hacia las Niñas, Niños, y Adolescentes: Experiencias en movimiento.

Se pretende propiciar el intercambio de experiencias, para realizar acciones y políticas con el fin de disminuir el maltrato infantil.

Percepción actual y deseada

El maltrato infantil se encuentra presente dentro de la sociedad mexicana, si bien ha disminuido aún no se erradica por completo. De acuerdo con las encuestas a los padres de familia, la mayoría de ellos consideran que golpear, insultar, ignorar a un niño no es correcto como forma de educación, sin embargo un porcentaje considerable de ellos lo hace y que en muchos de los casos es considerada como

una forma de educación, una creencia que ha sido heredada a lo largo de los años.

Asimismo informe de la Red UAPVIF, las delegaciones con mayor número de casos de violencia familiar fueron Tlalpan, con 617 casos; Gustavo A. Madero, con 528, y Coyoacán, con 320.⁸⁷

Con la realización de dicha campaña se pretende sensibilizar e informar a padres de familia y a terceros sobre las consecuencias que ocasiona el maltrato infantil, con el objetivo de que las personas cambien su percepción acerca de dicho fenómeno y se atrevan a denunciarlo en caso de presenciarlo.

Objetivos de Mercadotecnia: Lanzamiento

Estrategia Creativa

Después de recorrer parte el camino, marco teórico y la investigación acerca de la problemática es tiempo de realizar el proceso creativo: la estrategia creativa. Según Don E. Schultz la estrategia creativa es “la formulación de un mensaje publicitario de ventas que comunica el beneficio o las características del problema/ solución del producto o servicio que anuncia. Las estrategias son “lo que usted dice” acerca del producto o servicio.”⁸⁸

⁸⁷De la Rosa, Esther (nota en línea), <http://www.cimacnoticias.com.mx/node/35617>, 5 mayo 2014, 3:34 pm

⁸⁸Schultz, Don E., *Elementos esenciales de la estrategia publicitaria*. Pág. 7

Este tipo de documentos son una guía breve de la campaña publicitaria, se indican el plan a seguir de acuerdo a lo que es solicitado por el cliente; se presenta el producto, servicio o problemática, a quién se dirige la campaña (grupo objetivo), qué se va a decir y cómo y el por qué de los elementos utilizados.

Los puntos a desarrollar en la estrategia creativa son los siguientes:

Producto o servicio: marca a la que se le va a realizar la campaña.

Segmento: público meta, target al que se dirige la campaña, responde a la pregunta ¿A quién? En caso de ser campaña social se le llama adoptante meta.

Objetivo publicitario: tipo de campaña: lanzamiento, mantenimiento o reposicionamiento.

Objetivo de comunicación: intención principal del emisor y la campaña publicitaria.

Tono: La forma en la que transmitirá el mensaje

Copy: son las cabezas, frases, slogans o cierres y mandatarios publicitarios que complementan la imagen.

Concepto creativo: palabra que resume toda la campaña.

Consumer insight: aspecto aspiracional del adoptante.

Racional creativo: es el argumento de toda la campaña publicitaria. ¿Por qué?

Mandatarios: frases que por disposición gubernamental deben ser incluidas.

Estrategia creativa. **Propuesta de campaña social para prevenir el maltrato infantil en la delegación Tlalpan. “Ellos ven, escuchan y actúan”**

Producto o servicio: Campaña social para prevenir el maltrato infantil.

Segmento: Padres de familia que tenga hijos de entre 3-10 años de edad de nivel socioeconómico D+, C; que viven en la delegación Tlalpan en el Distrito Federal.

Objetivo publicitario: Lanzamiento

Objetivo de comunicación: informar a los padres sobre las consecuencias del maltrato infantil, así como sensibilizarlos acerca de dicho problema.

Tono: Directo

Copy:

Carteles. Los niños aprenden lo que viven. Violencia llama violencia.

Postales: Los niños aprenden lo que viven. Violencia llama violencia.

Trípticos: Cara exterior: Maltrato infantil.

En su interior se coloca información esencial de los tipos de maltrato que existen y sus consecuencias.

Concepto creativo: Repetición de actitudes

Consumer insight: “Corregir a un niño con golpes, gritos, malas palabras o dejándole de poner atención no es la mejor forma, como padres debemos darles a conocer qué cosas están bien y cuáles no y explicarles el porqué de cada una de ellas. Asimismo es necesario ponerles límites, pero que éstos no los maltraten físicamente ni íntegramente.”

Racional creativo:

Cartel uno: Se hace uso de una niña de 3 años de edad que carga a uno de sus juguetes, sin cuidado alguno, éste está descuidado y mugroso, haciendo referencia al abandono y negligencia que sufre. El muñeco se resalta en color para identificar los actos de la niña. En la parte superior se encuentra el copy “Los niños aprenden lo que viven” y el cierre en la parte inferior “Violencia llama violencia”, que hace referencia a la repetición de patrones.

Cartel dos: se usa una niña de 6 años de edad que tiene a un bebé en sus piernas, ésta se encuentra golpeada. La muñeca se resalta en color para identificar los golpes sufridos por parte de la niña. En la parte superior se encuentra el copy “Los niños aprenden lo que viven” y el cierre en la parte inferior “Violencia llama violencia”, que hace referencia a la repetición de patrones.

Cartel tres: Se encuentra un niño de 9 años de edad, el cual se encuentra regañando y amenazando a su juguete, éste último está llorando. El muñeco se encuentra en color para resaltar su sentir. En la parte superior se encuentra el copy “Los niños aprenden lo que viven” y el cierre en la parte inferior “Violencia llama violencia”, que hace referencia a la repetición de patrones.

Postal uno: En la cara principal se encuentra colocada la cara del muñeco descuidado y sucio; junto con el copy en la parte superior “Los niños aprenden lo que viven” y el cierre en la parte inferior “Violencia llama violencia”. En la parte trasera se coloca el tipo de maltrato “abandono y negligencia” así como su definición, características y comportamiento. En el fondo se encuentra una fotografía en blanco y negro de la niña con su juguete maltratado. El cierre es “Ellos miran, escuchan y actúan” que hace referencia a la repetición de patrones.

Postal dos: se coloca la cara de la muñeca golpeada junto con su copy en la parte superior “Los niños aprenden lo que viven” y el cierre en la parte inferior “Violencia llama violencia”. En la parte trasera se coloca el tipo de maltrato “Físico” con su respectiva definición, características y comportamiento. En el fondo se encuentra una fotografía en blanco y negro de la niña con su juguete. El cierre es “Ellos miran, escuchan y actúan” que hace referencia a la repetición de patrones.

Postal tres: Se coloca la cara del muñeco expresando su sentir, se encuentra llorando, en la parte superior el copy “Los niños aprenden lo que viven” y el cierre en la parte inferior “Violencia llama violencia”. En la parte trasera se encuentra el tipo de maltrato “Psico-emocional” con su definición, sus características y las consecuencias, el comportamiento del niño. En el fondo se encuentra una fotografía en blanco y negro del niño con su juguete. El cierre es “Ellos miran, escuchan y actúan” que hace referencia a la repetición de patrones.

Tríptico:

Interior: en la parte interior se coloca toda la información acerca del maltrato infantil, los tipos de maltrato que existen junto con sus respectivas definiciones y cómo se presentan. En el fondo se coloca dos fotografías de las niñas usadas tanto en el cartel como en las postales para crear unidad de campaña e ilustrar los tipos de maltrato mencionados.

Exterior: En cada una de las caras del tríptico se coloca la cara de juguete con el daño ocasionado por el maltrato sufrido, haciendo alusión al sentir del niño y a la repetición de patrones, es decir, el niño actúa con sus juguetes como actúan con ellos. En la cara principal se coloca el tema del material “Maltrato infantil”.

Estrategia de medios

La estrategia de medios es el plan que utiliza la publicidad para hacer la distribución de una manera eficaz las ejecuciones de la campaña en los lugares adecuados con el objetivo de llegar al grupo objetivo.

Para las estrategias publicitarias es necesario conocer cuáles son los medios que serán usados, sus características, ventajas y desventaja; así saber si son los medios indicados para llegar al segmento meta.

La estrategia de medios tiene los siguientes componentes:

Producto o servicio: marca a la que se le va a realizar la campaña

Segmento: público meta, target al que se dirige la campaña, responde a la pregunta ¿A quién? En caso de ser campaña social se le llama adoptante meta.

Objetivo de medios: impactar al segmento meta, que llegue a ellos con los medios idóneos.

Cobertura: alcance poblacional de la campaña

Pauta: descripción de la difusión de los anuncios en cada uno de los medios elegidos.

Flow Chart: Plan anual gráfico de todas las pautas y frecuencias planeadas para el año.

Estrategia de medios. **Propuesta de campaña social para prevenir el maltrato infantil en la delegación Tlalpan. “Ellos ven, escuchan y actúan”**

Producto o servicio: Campaña social para prevenir el maltrato infantil.

Segmento: Padres de familia que tenga hijos de entre 3-10 años de edad de nivel socioeconómico D+, C; que viven en la delegación Tlalpan en el Distrito Federal.

Objetivos de medios: con el fin de que los padres que tengan hijos de 3 a 10 años sensibilicen y por ende disminuya el maltrato infantil, esta campaña utilizará carteles, postales, inserciones en revista, inserciones en radio.

Para efectos de esta campaña social se utilizarán los siguientes medios:

Impresos:

Carteles como medio primario; postales para regalar y trípticos informativos.

Pautas de medios: La campaña “Ellos ven, escuchan y actúan” está planeada para un año, con el objetivo de que tenga el impacto y posicionamiento necesario en los padres de familia y alcance a terceros adoptantes.

Pauta Carteles

Los carteles son considerados como medio directos, pues la comunicación es directa, se da de persona a persona, es decir los receptores tiene contacto con ellos. El cartel es el origen de los medios impresos publicitarios, se caracteriza por su sencillez, a que es capaz de llamar la atención en un instante y a su impacto local; además en ellos se puede colocar mayor información. Sus medidas son 90 x 60.

Para lograr llamar la atención en un instante, éste debe de informar en una sola mirada, por lo que el uso adecuado de las formas y colores basados en el mensaje y el segmento meta es elemental.

Los carteles serán colocados en lugares de atención a la salud, como son hospitales, centros de salud. Tlalpan es considerada como la delegación que cuenta con mayores servicios de salud, existen 6 institutos y 7 hospitales con cobertura de atención regional y nacional, así como 25 centros de salud.

Sector Salud⁸⁹

Nombre	Ubicación
CENTRO DE SALUD T-III JOSÉ CASTRO VILLAGRÁN	Coapa y Carrasco S/N, Toriello Guerra.
CENTRO DE SALUD T-III GERARDO VÁRELA MARISCAL, S.S.	Allende y Matamoros S/N, Poblado Santo Tomás Ajusco
CENTRO DE SALUD T-1 DAVID FRAGOSOLIZALDE, S.S.	David Fragozo Lizalde S/N, Poblado San Pedro Mártir
CENTRO DE SALUD T-III AMPLIACIÓN MIGUEL HIDALGO, S.S	Ruiz Cortines y Francisco I. Madero, Ampliación Miguel Hidalgo
CENTRO DE SALUD T-III PEDREGAL DE LAS ÁGUILA	Mixtecas y Prolongación Nahoas, Col. Pedregal de las Águilas
CENTRO DE SALUD T-I TIERRA Y LIBERTAD	Manzana 15, Lote 10, Col. Bosques del Pedregal
CENTRO DE SALUD T-III	Mirador Chapultepec, Poblado San

⁸⁹ Página oficial Delegación Tlalpan, <http://www.tlalpan.gob.mx/index.php/mapas-y-direcciones/313-salud>

TOPILEJO, S.S.	Miguel Topilejo
CENTRO DE SALUD T-IN°2 BOSQUES DEL PEDREGAL	Av. Timoteo Mendoza esq. Av. FF.CC. de Cuernavaca, Col. Bosques del Pedregal
CENTRO DE SALUD T-I N°4 HORTENCIA	Cachanchán y Sacalum Mz. 29, LT, 7 y 8, Col. Pedregal de San Nicolás
CENTRO DE SALUD T-I	Mz. 73 Bis, Lt. 14 Bis, Col. Pedregal de San Nicolás
CENTRO DE SALUD T-1 PEDREGAL DE SAN NICOLAS NORTE	Acanceh Mz. 132, esq. Timoteo Mendoza, Pueblo San Nicolás Totoloapan
CENTRO DE SALUD T-11 PEDREGAL DE SAN NICOLAS SUR	Tinoco y calle 8 Mz. 68, Lt. 11, Col. Pedregal de San Nicolás
CENTRO DE SALUD, DIF AMPLIACIÓN MIGUEL HIDALGO	Av. de las Torres y V. Carranza, Col. Miguel Hidalgo
CENTRO DE SALUD T-1 N°12	Escuela Gaides S/N, Col. Ejidos de Huipulco
CENTRO DE SALUD T-1	Mz. 1, Lt. 9, Col. María Esther Zuno

SALVADOR ALLENDE (XITLÉ)	de Echeverría
CENTRO DE SALUD T-1 MAGDALENA PETLACALCO	Subdelegación Magdalena Petlascalco
CENTRO ACALCO DE SALUD T-I SAN MIGUEL XICALCO	Subdelegación San Miguel Xicalco
CENTRO DE SALUD T-I PARRES	Allende S/N, Poblado de Parres
CENTRO DE SALUD CONACYT	Santa Úrsula Xitla y Textlán S/N, Santa Úrsula Xitla
CENTRO DE SALUD T.I BELVEDERE	Prolongación calle Izamal esq. Xitla, Col. Mirador II
CENTRO DE SALUD T-I CUCHILLA DE PADIERNA	Balchén y 12 de julio S/N, Col. Cuchilla de Padierna

De acuerdo con su tamaño en estos centros de salud se repartirán 75 carteles al mes.

Clínicas

Nombre	Ubicación
CLÍNICA N°7 IMSS	Calz. de Tlalpan N°4220, Col. San Lorenzo Huipulco
CLÍNICA TLALPAN ISSSTE	Juárez y Victoria, Col. Tlalpan Centro

Por tener espacio a más amplio a cada una de las clínicas se van a dar 100 carteles al mes durante un año.

Hospitales

Nombre	Ubicación
HOSPITAL GENARAL, MANUEL GEA GONZÁLES S.S	HOSPITAL GENARAL, MANUEL GEA GONZÁLES S.S
HOSPITAL REGIONAL N°4091	Periférico Sur N°4091, Col. Jardines de la Montaña
HOSPITAL MATERNOS TOPILEJO S.S	Autopista México-Cuernavaca y calle Santa Cruz, San Miguel Topilejo

Institutos

Nombre	Ubicación
INSTITUTO NACIONAL DE NEUROLOGÍA Y NEUROCIRUGÍA S.S.	Insurgentes Sur N°3877, Barrio la Fama
INSTITUTO NACIONAL DE CARDIOLOGÍA S.S.	Juan Badiano N°1, Col. Sección XVI
INSTITUTO NACIONAL DE NUTRICION S.S.	Vasco de Quiroga N°15, Sección XVI
INSTITUTO DE ENFERMEDADES RESPIRATORIAS (INER)	Calz. de Tlalpan N°4502, Col. Villa Olímpica

A los hospitales tanto como a las instituciones se les darán 150 carteles al mes.

A cada una de las unidades médicas antes mencionadas se les otorgará una cantidad específica de carteles para que sean colocados dentro de sus instalaciones y así tener contacto con el grupo objetivo.

Asimismo se colocarán estos carteles en los principales parques de la Delegación, pues en ellos existe mayor concurrencia de padres con sus hijos. Con un total de 55,800 carteles.

Parques, bosques y jardines.

Nombre	Ubicación
PARQUE NACIONAL DE LAS FUENTES BROTANTES	Insurgentes y Camino a las Fuentes Brotantes
PARQUE ECOLÓGICO DE LORETO Y PEÑA POBRE	Av. San Fernando e Insurgentes, Col. Peña Pobre
PARQUE JOSÉ MA. MORELOS Y PAVÓN	Jesús Lecuona y Alfredo B. Bonfil, Col. Miguel Hidalgo
BOSQUE DE TLALPAN	Camino Santa Teresa y Zacatepetl, Col. Miguel Hidalgo

En estos lugares se distribuirán 100 carteles al mes, con el objetivo de que quienes asistan tengan contacto con ellos. 400 carteles serán destinados a estos parques.

Medio	Cantidad de carteles	Costo unitario	Costo Total
Cartel	40,000	\$13.00	\$520,000.00

Postales

El objetivo de las postales es que sean regaladas de padres a padres y lleguen a la mayor parte de la gente en la delegación Tlalpan. Dichas postales presentarán una parte del problema de una forma directa e informativa. Cada una de ellas tiene el mensaje principal de la campaña. El tamaño de estas postales es de 15 x 20.

Este material será repartido en el los mismos lugares que los carteles, así se otorgará al segmento meta.

En los 21 centros de salud se repartirán 300 postales al mes, con un total al año de 75,600.

En las clínicas se repartirán 500 postales, con un total al año de 12,000 por las todas.

En Institutos y hospitales se otorgarán 600 al mes, con un total de 50,400 por todas.

Medio	Cantidad de postales	Costo unitario	Costo Total
Postales	140,000	\$ 7	\$980,000.00

Trípticos informativos

Este medio es de gran ayuda para la campaña, gracias a la cantidad de información que se puede colocar en ellos. En ellos informará sobre las consecuencias del maltrato infantil.

Estos trípticos serán repartidos en los parques de la delegación de Tlalpan de miércoles a domingo, por día serán entregados 100; a la semana 500. Con un total al mes de 2,000. Al año 242,000.

Medio	Cantidad de trípticos	Costo unitario	Costo Total
Trípticos	250,000	\$ 2	\$ 500,000.00

Flow Chart

Medio	Enero	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Dic.	Inserciones	Costo Unitario más IVA	Costo total
Cartel	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	40,000	\$13.00	\$520,000.00
Postales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	140,000	\$7.00	\$980,000.00
Trípticos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	250,000	\$2.00	\$ 500,000.00
													Gran Total	\$2,000,000.00

Ejecuciones

Cartel uno



Cartel dos



Cartel tres



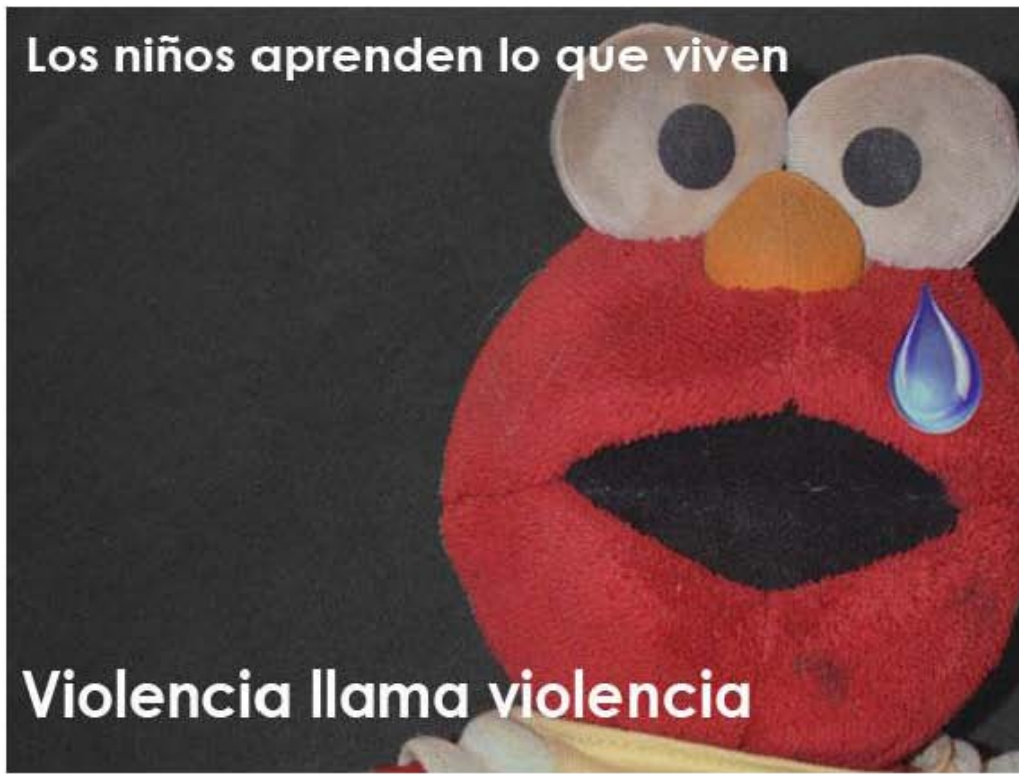
Postal uno



Postal dos



Postal tres



Tríptico Exterior



Interior

¿Qué es el maltrato infantil?

Una enfermedad social, presente en todos los sectores y clases sociales producida por factores multicausales, interactuantes y de diversas intensidades y tiempos que afectan el desarrollo armónico íntegro y adecuado de un menor, comprometiendo su educación y consecuentemente su desenvolvimiento escolar con disturbios que ponen en riesgo su socialización y, por tanto u conformación personal y posteriormente social y profesional.

Tipo de maltrato

Físico

Es cualquier acción no accidental por parte de los padres o cuidadores que provoque daño físico o enfermedad en que el niño o le coloque en grave riesgo de padecerlo". Se presenta a través de quemaduras, fracturas, heridas, moretones, etc.

Psico-emocional

Se define como la hostilidad verbal crónica en forma de insulto, desprecio, crítica o amenaza de abandono y contante bloqueo de las iniciativas de interacción infantil por parte de cualquier miembro adulto del grupo familiar

Los indicadores de este tipo de maltrato son:

- Rechazo: a las iniciativas de apego, exclusión activa del niño de las actividades familiares, inculcar una valoración negativa de sí mismo.
- Aterrorizar. Se amenaza al niño con un castigo extremo o con uno vago pero siniestro que intenta crear un miedo intenso.
- Aislamiento: son todos los comportamientos que tienden a privar al niño de las oportunidades para establecer relaciones sociales.
- Ignorar: se refiere a aquellas situaciones en las que hay una ausencia de disponibilidad de padre/madre para el niño

Abandono y negligencia

El abandono se define como cualquier conducta que prive al niño de la supervisión o atención indispensable para su desarrollo

La negligencia/ abandono se presenta por una higiene deficiente en el niño, desnutrición, aspecto enfermizo, si atención médica. Las consecuencias que se hacen presentes en el niño es retraimiento, apatía, asistencia irregular a la escuela, etc.

Este tipo de maltrato puede ocasionar daños emocionales, severos, además de que estos niños sufren mayores problemas de salud por el descuido que tienen sus padres sobre ellos.

Ellos ven, escuchan y actúan.

Conclusiones / reflexiones

Como resultado de todo lo vivido y esas experiencias del día a día dentro y fuera del aula, de una completa formación personal y profesional a lo largo de mi estancia, de mi vida como universitaria, decidí realizar una propuesta que beneficie a la sociedad, en esta ocasión tocó el turno a los niños principalmente y a los padres. Dicha propuesta es una campaña de publicidad social para padres de familia, con el objetivo de que modifiquen su conducta hacia la forma de “educación” y formación de sus hijos; así como el conocimiento de las consecuencias de sus actos en la vida del infante.

La problemática que se aborda en esta tesina ha prevalecido en la sociedad durante mucho tiempo y es necesario seguir actuando para erradicar este tipo de actos que afectan no sólo a los niños y a sus familias, de manera indirecta también afecta a la sociedad entera.

La formación día a día de los infantes es la base de su comportamiento en el futuro, la forma en la que viven, en la que son tratados será su concepción de lo correcto, formando un círculo del problema, heredando patrones, conductas, acciones que afectan el desarrollo personal y comunicativo de los niños.

Día a día nos topamos con un niño, tímido, miedoso, inseguro o violento, rebelde, apático, desconfiado, con problemas de alimentación, en la calle; todas estas actitudes son consecuencia del maltrato infantil, debo aclarar que no necesariamente estos infantes sufran esta problemática, sin embargo hay que

recordar que el comportamiento de un niño es el reflejo de lo que sucede en su hogar.

A lo largo de la historia se han tomado acciones para erradicar dicho problema, desde la declaración de los Derechos de los niños, niñas y adolescentes hasta campañas sociales a nivel mundial, estatal y local; sin embargo la prevalencia del problema continúa; es necesario un trabajo continuo y completo para lograr erradicar el maltrato infantil; que sólo se logrará con el apoyo del gobierno, de la sociedad, de cada una de las personas que formamos parte de este planeta Tierra.

Quizá parezca repetitivo pero cada una de las palabras tiene razón “¿Qué tipo de personas le vamos a dejar al mundo?, el maltrato infantil tiene consecuencias a corto plazo así como consecuencias a largo plazo, un niño que creció violentado en su etapa adulta su comportamiento será el mismo, una persona violenta; aquel niño que sufrió abandono por parte de sus padres es aquel niño que vemos en la calle pidiendo dinero, limpiando parabrisas, consiguiendo dinero para comer o en el peor de los casos para conseguir drogas ; aquel niño que fue herido en su infancia con malas palabras, amenazas, siendo ignorado, es el niño tímido que se refugia en el alcohol, en las drogas y que poco a poco va destruyéndose a sí mismo.

He aquí mi interés de tocar este tema, la mejor etapa de una persona, considero, debe ser la infancia, en la que se forma para ser una persona adulta, con valores, con ideales y actitudes para enfrentarse al mundo. Ver a infantes en la calle,

golpeados, encerrados en su mundo, ha tocado la fibra más sensible en mi y se convirtió en la razón de todo este trabajo.

Ciencias de la comunicación, especialidad en publicidad son mis herramientas básicas para comenzar con este trabajo que llevará tiempo, pero que no es imposible de desaparecer.

Esta tesina se fundamentó con la investigación de libros, ensayos, estudios hechos por organizaciones mundiales y especialistas en el tema, cuestionarios, páginas de internet y algunos artículos de revistas, todo con el objetivo de llegar a un resultado y dar el primer paso para su solución.

Se cumplió con el objetivo de todas esas enseñanzas de profesores, llevar a la práctica todo lo obtenido en el aula desde primer semestre como es la redacción de textos; la investigación, que formó parte de cada una de nuestras materias; las estrategias de publicidad para llegar a nuestro objetivo; y la creatividad, plasmar en una imagen todo lo anterior. Quiero caminar por las calles y escuchar la risa de los niños, pasar por los parques y ver esas caras de felicidad, quiero ver familias realmente felices.

Bibliografía

- ARRUABARRENA, María Ignacia. Joaquín de Paúl, *Maltrato a los niños en la familia*. Ediciones Pirámides, 1º Edición, Madrid, 1994.
- AZAOLA Elena, *Maltrato, abuso y negligencia contra menores de edad*, México 2008.
- CORSI, José, *Maltrato y abuso en el ámbito doméstico*, Madrid, 2001.
- GENOVÉS, Santiago, *Expedición a la violencia*, 1º Edición, México, FCE, 1991
- GARCÍA, Uceda Mariola, *Las claves de la publicidad*, 6ta Edición, ESIC, Madrid España, 2008.
- GONZÁLEZ, Hermsillo María Cristina, *Maltrato Infantil*, Editorial Trillas, 1º Edición, México, 2011.
- GONZÁLEZ, Lobo Ma. Ángeles, *Manual de publicidad*, Ed. ESIC, Madrid, España.
- Hernández, Siamperi Roberto. Carlos Roberto Collado. Pilar Baptista Lucio, *Metodología de la investigación*, Ed. Mc Graw Hill, 4te Edición, México, 2006.
- J. BENET, Vicent y Nos Aldás Eliosa, *La publicidad en el tercer sector. Tendencias y perspectivas*, Icaria, España.
- KOTLER, Philip; Roberto Ned; Lee Nancy, *Social Marketing. Influencing behaviors for good*, 3ird Edition, USA, 2008.
- LEAL, Jiménez Antonio, *Gestión del Marketing Social*. 3ra Edición, Mc Graw Hill, España, 2000.
- MARTÍN, Luis Rodrigo, *Publicidad y consumo. Nuevas modas, viejas causas y valores sociales*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, España, 2008.
- MONSIVAIS Aguilar, Paulo, *Ocupa México el Segundo Lugar en Maltrato Infantil en Latinoamérica* en Sol de Tampico.2008.
- NOS, Aldás, *Lenguaje Publicitario y discursos solidarios. Eficacia Publicitaria cultural*. Icaria Antrazyt, Barcelona, España 200.

- Schultz, Don E., *Elementos esenciales de la estrategia publicitaria*. Mc Graw Hill, México, 1992
- SORIANO, Andrés, *Hablamos de Maltrato Infantil*, 1° Edición, España, 2001.
- TECLA, Alfredo, *Antropología de la violencia*, 1° Edición, México, Ediciones Taller Abierto, 1995.

Ciberografía

- CNDH (Página oficial), <http://www.cndh.org.mx/>
- DIF (Página oficial), <http://sn.dif.gob.mx/dif-nacional/>
- Centro de estudios Sociales y Opinión Pública, *Violencia y maltrato a menores en México*, <http://www.diputados.gob.mx/cesop/doctos/VIOLENCIA-MENORES.pdf>, 2005
- OMS, (Página oficial), <http://www.who.int/es/>
- UNICEF, (Página oficial) <http://www.unicef.org/about/>
- UNICEF, *Maltrato infantil una dolorosa realidad puertas adentro*, [http://www.unicef.org/lac/Boletin-Desafios9-CEPAL-UNICEF\(1\).pdf](http://www.unicef.org/lac/Boletin-Desafios9-CEPAL-UNICEF(1).pdf), 2009.
- De la Redacción, (nota informativa), *Asesinados por violencia intrafamiliar, 23 mil niños y adolescentes mexicanos en dos años* en la Jornada. <http://www.jornada.unam.mx/2011/04/18/sociedad/038n1soc>, 2011.
- *Vanguardia* (nota informativa), *En México padecen violencia 60% de menores de 14 años, revela la CNDH*, <http://www.vanguardia.com.mx/enmexicopadecenviolencia60demenoresde14anosrevelalacndh-1266318.html>, 2012