



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA FOMENTAR EL**

**RESPETO EN NIÑOS DIRIGIDA A LOS PADRES**

**T E S I N A**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A:**

**LILIANA SANTIAGO CERVANTES**

**ASESORA: Mtra. MABARAK CELIS ADELA**



**MÉXICO, CDMX**

**ENERO 2017**



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.

*Para mi familia, que ante todo me brindaron apoyo.*

*Para mi madre, la persona que siempre ha tenido fe en mí.*

*Para mis amigos, que estuvieron a mi lado con palabras de aliento.*

*Gracias.*

## ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1 Persuasión	3
1.1 Comunicación y persuasión	3
1.2 Persuasión en la publicidad	10
1.3 Diferencias entre marketing social y comercial	20
Capítulo 2 Valores sociales y culturales en los niños	28
2.1 Definición de valores	28
2.1.1 Respeto y autoridad	32
2.1.2 Tolerancia y responsabilidad	35
2.2 La familia	40
2.3 Desarrollo moral del niño	44
2.3.1 Diferencia generacional	52
2.3.1.1 Silenciosa, Baby Boomers, X, Millennials y Z	52
Capítulo 3 Propuesta de campaña para fomentar el respeto en niños	62
3.1 Investigación de mercado	62
3.1.1 Modelo de encuesta	66
3.1.2 Resultados	71
3.2 Brief	91
3.2.1 Estrategia Creativa	93
3.2.2 Estrategia de medios	94
3.2.3 Ejecuciones	96
3.2.3.1 Flowchart	101
Conclusiones	102
Bibliografía	104
Digitales	105
Videografía	110

## INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de campaña tiene como objetivo principal fomentar el respeto en los niños, especialmente por las normas y autoridades, que son los padres mismos, los profesores junto a sus respectivas reglas en el hogar y en la escuela.

El interés que surge para realizar esta campaña es que en la actualidad los niños han dejado valores morales importantes, tomando actitudes como ser muy demandantes, agresivos, egocéntricos y no escuchan opiniones, pelean por la atención y esto genera conflictos con los otros estudiantes.

En esta propuesta se utiliza un método de investigación de mercado para saber si los padres y profesores están enterados de la problemática que presentan, así como su forma de inculcarles valores.

Este proyecto consta de tres capítulos los cuales son:

Capítulo I. Persuasión. En este capítulo se dará a conocer la importancia de la persuasión en las campañas sociales, donde se tocarán puntos de cómo funciona el entender lo que una campaña puede lograr utilizando este concepto, este capítulo se divide en:

- 1.1 Comunicación y persuasión. Se presenta la relación de estos dos conceptos abarcando el punto de vista de distintos autores.
- 1.2 Persuasión en la publicidad. Se da a conocer la importancia de la persuasión dentro del área de publicidad para exponer un producto o servicio.
- 1.3 Diferencias entre marketing social y comercial. Se darán a conocer las diferencias entre estos dos tipos de marketing con el fin de entender su importancia, funcionamiento y su desenvolvimiento ante el público objetivo.

Capítulo II. Valores sociales y culturales en los niños. El objetivo de este es reconocer estos valores ya que se está perdiendo su importancia, por lo tanto, se abarcará:

2.1 Definición de valores. ¿Qué son los valores? ¿Cómo son concebidos? En especial para los niños, en este punto se dará respuesta a estas preguntas. Se abundará en:

2.1.1 Respeto y autoridad. Se describirá cada valor, dando las diferencias entre uno y otro, conociendo su importancia y su cambio a nivel escolar.

2.1.2 Tolerancia y responsabilidad. Otros valores que se consideran esenciales dentro de la sociedad, se dará su definición y su importancia.

2.2 La familia. Definición del concepto, se explica el desenvolvimiento de un individuo y los tipos de familia que se pueden encontrar.

2.3 Desarrollo moral del niño. Se presentará el contexto de la forma en que se educa a los niños con respecto a los valores y la moral.

2.3.1 Diferencia generacional. Durante años se ha cambiado la forma de educación teniendo distintos cambios dentro de cada generación por ello se describirán.

2.3.1.1 “Silenciosa”, “Baby Boomers”, “X”, “Millennials” y “Z”. Se presentará un poco de cada generación, entendiendo su educación y los factores que influenciaron la pérdida de los valores en niños.

Capítulo III Propuesta de campaña para fomentar el respeto en niños. Se presenta una investigación de mercado que nos permita saber que estrategias tanto creativas y de medios son viables para que los padres tengan una adecuada comunicación con el niño y enseñar los valores en conjunto con el profesor para mejorar su calidad en la escuela.

Esta propuesta pretende dar una posible solución al problema desde una temprana edad y así poder formar a los niños de la mejor manera para que sean productivos y se integren de una manera positiva a la sociedad.

## **CAPÍTULO 1. PERSUASIÓN**

En este capítulo se presenta lo que la persuasión implica en general, su utilización y como es abordada por distintos autores, principalmente el primero que hablo de ella: Aristóteles, para explicar la importancia de esta en las campañas publicitarias y la diferencia que se aplica entre marketing social y comercial comprendiendo así los elementos que aporta en el área de comunicación.

### **1.1 COMUNICACIÓN Y PERSUASIÓN**

En su libro: Persuasión. El arte de influir en las personas, el autor James Borg nos presenta una muy clara y precisa explicación de la postura de Aristóteles hacia la persuasión, nos dice:

“Es el arte de conseguir que la gente haga algo que normalmente no haría si no se lo pidieras”<sup>1</sup>

Aristóteles, el cual dio puntos de una comunicación exitosa, nos dice que debes conseguir desde una persona o hasta miles acepten tu idea, para ello él identifico tres tipos de evidencia que los oradores persuasivos tienen, pero Borg no los aclara con una fórmula:

**EMPATÍA + SINCERIDAD = PERSUASIÓN**

Donde explica a la empatía como saber con qué sentimientos está contando el otro individuo y es parte fundamental para esta comunicación exitosa planteada por Aristóteles, uniéndola con la sinceridad, refiriéndose a la confianza que debe existir entre los individuos para poder comprender los pensamientos, sentimientos o ideas que este tenga dando como resultado la persuasión.

Por ejemplo: David quiere que Pedro colabore en su proyecto de reparación de impresoras, para esto David identifica una actitud positiva, amistosa, en general feliz y accesible en Pedro, con ganas de hablar (empatía), después ellos se presentan, platican un poco de lo que hace cada uno, sus similitudes, diferencias, experiencias,

---

<sup>1</sup> BORG, James, “Persuasión. El arte de influir en las personas, Madrid, Ediciones Pirámide, 2009, pag. 24

un poco de vida personal como hobbies, familia (simpatía), finalmente David plantea sus objetivos y la ganancia que podría tener Pedro al emprender el proyecto juntos aprovechando sus capacidades, donde finalmente Pedro acepta, viendo la ganancia que cada uno puede tener (persuasión).

Pero además nos presenta dos tipos de inteligencia emocional a los que se refieren los psicólogos:<sup>2</sup>

- Inteligencia interpersonal: aquí la persona es capaz de ver fácilmente los gustos, sentimientos y motivaciones de otra persona haciendo más fácil el poder interactuar y persuadirlos.
- Inteligencia intrapersonal: habilidad para saber las causas y consecuencias de las acciones que tomemos permitiendo escoger la correcta.

Teniendo estas dos cualidades te aseguras una comunicación satisfactoria ya que te permite entrar en la mente del otro individuo con el que estés interactuando.

Esta forma de ver la persuasión es interesante ya que es una forma de conectar con otro individuo entendiendo su forma de ver las cosas, pero a la vez tener la posibilidad de que este entienda tus ideas y se adapte, haciéndolas propias.

Por otro lado, la profesora Fernanda Clavel nos presenta una relación entre la persuasión y retórica:

“Petty y Cacioppo definen a la persuasión como “cualquier cambio que ocurra en las actitudes de las personas como conciencia de su exposición a una comunicación”, nótese que en esta definición la palabra “comunicación es amplia pues abarca tantos elementos verbales como no verbales.”<sup>3</sup>

Comunicación es lo que une a la retórica y a la persuasión, pero con la retórica, la autora explica que es referente a un discurso, con elementos verbales o no, en el cual se darán argumentos para convencer, mientras que la persuasión puede utilizar

---

<sup>2</sup> Ibid, pag.28

<sup>3</sup> CLAVEL DE KRUYFF, Fernanda, “El lado oscuro de la persuasión”, México, Comunicación y política editores, 2010, pag. 47



cualquier medio ya sea, una imagen fija o de la apariencia y simpatía de quien esté involucrado al igual que verbal o no para llegar a su cometido. Ambas reflejan puntos de vista que requiere emociones de por medio, ya que hablamos de una actitud que se quiere cambiar, en si volvemos a una perspectiva que se tiene.

Podemos ver que en ambos casos se puede dar una mala interpretación de lo que ambas representan ya que son utilizadas por diferentes campos como la publicidad, derecho, política o simplemente en conversaciones casuales, donde su utilización ha dado otro giro.

“... en muchos casos la persuasión tiene cierta carga de manipulación e incluso de engaño, pero no hay que ser demasiado duro al juzgar estos aspectos porque hay situaciones en que estas características de la persuasión pueden ser moralmente justificables.”<sup>4</sup>

Estas situaciones a las que se refiere son donde se puede hacer una acción que sea beneficiosa, por ejemplo: a través de esta persuasión una persona deje de tomar alcohol o persuadirla para que no maneje en ese estado. Pero también hay que distinguir que entre la persuasión y la manipulación esta última hace que el individuo que la aplica tenga un beneficio propio y como lo refleje en el ejemplo la persuasión puede beneficiar a ambas partes.

Para tener una persuasión exitosa nos dice Raymond S. Ross se tiene que tomar en cuenta la naturaleza del individuo.

“Para tener una teoría de la persuasión y de la influencia interpersonal lógica, es esencial comprender la personalidad (la totalidad de los motivos del hombre) del receptor, en especial la imagen que sí mismo tenga, su sistema de valores, el papel que asuma y sus experiencias vitales.”<sup>5</sup>

De cierta forma es lo que Borg plantea, pero Ross ve a la personalidad muy importante ya que gracias a esta vas a poder identificar no solo los gustos y

---

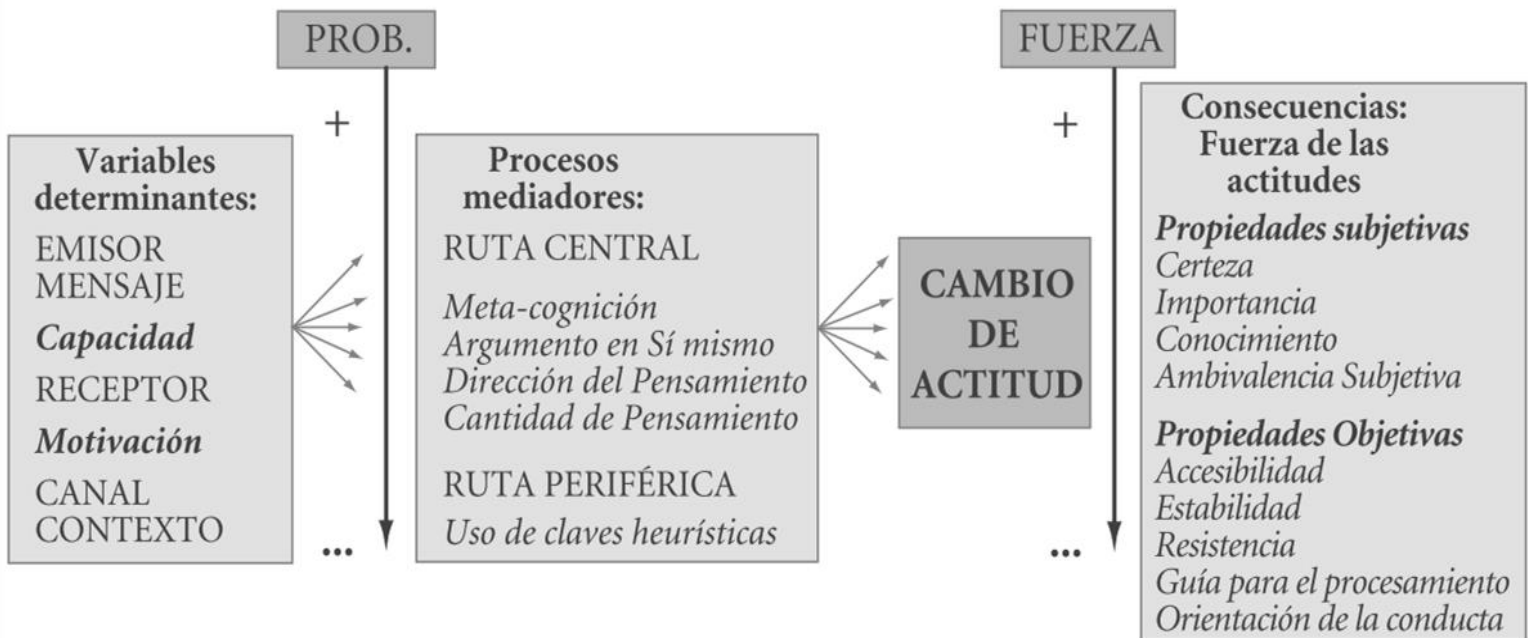
<sup>4</sup>Ibid, pag. 56

<sup>5</sup> ROSS, Raymond S., “Persuasión. Comunicación y relaciones interpersonales.”, México, Editorial Trillas, 1983, pag. 70

pensamientos, el incluye sus necesidades básicas y sociales, cultura, conocimiento empírico y sus desordenes psicológicos, para poder saber que personas son más fáciles de persuadir.

A continuación, se presenta un cuadro que representa a el ELM (Elaboration Likelihood Model of Persuasion o Modelo de Probabilidad de Elaboración de la Persuasión)

Modelo de probabilidad de elaboración de la persuasión



MORALES DOMÍNGUEZ, J. Francisco, "Psicología social", España, Ed. McGRAW-HILL, 2007, pag. 496

Para este modelo lo principal es que el mensaje persuasivo tenga más peso, pero aun así cada una de las variables puede generar el mismo cambio, pero también depende del receptor y estos cambios pueden ser a través de distintas vías o distintos procesos psicológicos, estos son la ruta periférica o central. La primera es cuando a una persona se le hace fácil entender o familiarizarse con las afirmaciones que contiene el mensaje, por ejemplo:

*When Nurture Calls*



ANIMAL POLITICO (on line) <http://www.animalpolitico.com/2014/10/por-que-persiste-el-tabu-de-amamantar-en-publico/> consultado el 15 de marzo del 2016, 5:41pm

Esta campaña, apela a la identificación, ya que cuestiona los mitos que se tienen sobre amamantar en público, donde la mujer puede recordar una experiencia similar donde tuviera que recurrir ir al baño u ocultarse para no ser mal vista por realizar dicha acción, mientras que otros puedan cambiar su actitud de desagrado al ver a una mujer amamantando en público.

Por el contrario, la central maneja argumentos y estos pueden cambiar la actitud de la gente de manera permanente. Todo esto puede afectar la actitud final del individuo. Por ejemplo:

Animals are not clowns



**ANIMALS ARE NOT CLOWNS**

Roll up, roll up, ladies and gentlemen, boys and girls for the crack of the whip against the animal's stinging wounds. A big round of applause for the farming hoops, the injuries and the electric shocks. Come and see the famed number of cages and tightly binding chains allowing no escape from endless training sessions. Laugh, applaud and join in with the repetitive choreographed routines typical of depressed animals under great stress. All the fun of the circus travelling from city to city exhibiting animals as human caricatures. Clowning around that's no fun at all.

**ANIMALS DON'T BE PART OF THE SHOW**  
CIRCUSES

www.accaanimal.com  
www.lpda.pt

accão animal  
IN DEFENCE OF ANIMAL RIGHTS  
lpda  
PROFESSORAL ANIMAL RIGHTS LEADER



**ANIMALS ARE NOT CLOWNS**

Roll up, roll up, ladies and gentlemen, boys and girls for the crack of the whip against the animal's stinging wounds. A big round of applause for the farming hoops, the injuries and the electric shocks. Come and see the famed number of cages and tightly binding chains allowing no escape from endless training sessions. Laugh, applaud and join in with the repetitive choreographed routines typical of depressed animals under great stress. All the fun of the circus travelling from city to city exhibiting animals as human caricatures. Clowning around that's no fun at all.

**ANIMALS DON'T BE PART OF THE SHOW**  
CIRCUSES

www.accaanimal.com  
www.lpda.pt

accão animal  
IN DEFENCE OF ANIMAL RIGHTS  
lpda  
PROFESSORAL ANIMAL RIGHTS LEADER

Redacción Muy Animal, "Animals are not clowns" en <http://muyanimal.com/2011/02/16/animals-are-not-clowns/> consultado el 15 de marzo del 2016, 5:45pm

Aquí se da argumentos de cómo son maltratados los animales en los circos o en espectáculos que los requiera por el tipo de entrenamiento que tienen, complementando con una imagen y la frase "Animals are not clowns" que es: Los animales no son payasos. Esta campaña quiere que las personas no busquen entretenimiento con espectáculos que utilicen animales por las condiciones que tienen que vivir.

La persuasión como lo han presentado estos autores, cada uno con un punto de vista académico diferente, tiende a generar un cambio de actitud, pero en algunas ocasiones se ve como algo malo por la cuestión de la manipulación.

Ejemplo: Un niño usa la **manipulación** para conseguir un juguete, ya que recurre a hacer sentir mal a sus padres usando argumentos donde se involucre que lo dejan solo o que no lo quieren, logrando obtener el juguete deseado, por lo tanto, cambia la actitud de sus padres de manera que se sientan culpables y el único beneficiado es el niño.

Sin embargo, el niño podría **persuadir** a sus padres a que jueguen con él cómo es presentado en la campaña de Hasbro "*Juguemos Juntos*"<sup>6</sup> donde los niños les dicen a sus padres que pasen un buen rato con ellos jugando, haciendo hincapié en frases como: "Solo quiero pasar más tiempo contigo", "Necesitamos pasar más tiempo juntos", "Hagamos algo que nos guste a todos", "Juguemos juntos" y finalizando con "¿Cómo piensas que voy a jugar esto? ¿solo?". Así hace un cambio de actitud al padre con un mensaje positivo y el beneficio es para ambos.

Se percibe como una oportunidad de generar un cambio para bien ya sea para la sociedad, medio ambiente o de ambos individuos, claro aplicando todo con ética para que no se malentiendan las intenciones y utilizando los recursos tecnológicos y conocimientos que te da el área de comunicación complementando con retórica, publicidad, psicología, ya que gracias a estas podemos dar a conocer el mensaje de manera correcta para que sea fácil para el receptor captarlo, así como conocer a los o el individuo al que vas a ir dirigido.

En el siguiente punto se verá la participación de la persuasión en la publicidad llegando a ser una parte importante en esta.

---

<sup>6</sup> YOUTUBE: <https://www.youtube.com/watch?v=q0PGpr5kst8> , consultado el 15 de marzo de 2016, 5:58pm.

## 1.2 PERSUASIÓN EN LA PUBLICIDAD

La publicidad busca dar a conocer un producto o servicio a un público, que sea capaz de adquirir, querer o necesitar dicho producto, esto a través de medios de comunicación como la televisión, la radio, medios impresos, BTL, etc., mandando a estos mensajes acompañados de imágenes o de sonido que llamen la atención de las personas y que genere un interés hacia el producto.

“Los anuncios muy persuasivos utilizan palabras que nos permiten crear en nuestra mente imágenes dinámicas y bellas de las que nosotros formamos parte. Nos hablan a diferentes niveles; hacen participar a la vista, al oído, a las sensaciones y a los sentimientos”<sup>7</sup>

Ejemplo: Cinépolis presentó en sus salas la campaña *“Este invierno, ¡enciende tus emociones!”*<sup>8</sup> el cual es un anuncio donde se presentan las distintas experiencias que se viven en la sala de cine viendo películas y como las emociones que aparecen en la película se relacionan con la audiencia.

Al principio aparecen distintos espectadores, un joven, una señora, un niño con su padre, una muchacha y al final una pareja, todos con caras distintas frente a lo que están viendo en pantalla.

La pareja representa la película romántica que hace a que agarres de la mano a tu pareja y dentro del mismo ambiente la beses, exponiendo esta sensación con una explosión detrás que dispersa el color rosa en varios matices.

La señora la ves con ojos llorosos, cambia el panorama donde ella se encuentra en medio y de abajo hacia arriba sale agua simulando las lágrimas que llegas a derramar por esa película que te emociona a tal grado.

---

<sup>7</sup> LAKHANI, Dave, “Persuasión: El arte de influir y obtener lo que se desea”, Ed. Alfaomega, 2008, pag. 181

<sup>8</sup> YOUTUBE, <https://www.youtube.com/watch?v=ymqR2noXOAM&feature=youtu.be> consultado el 15 de marzo de 2016, 6:38pm.

El joven aparece sosteniendo una palomita a punto de llegar a su boca, pero antes de que lo logre aparece él corriendo entre lo que parece ser una película de acción con campo minado, sintiendo esa adrenalina.

Luego aparece la cara del niño con asombro y emoción moviéndose en su asiento y buscando contacto visual con su padre, ya que él está viviendo en la película de aventuras, donde está a punto de enfrentarse a un lobo, y con valentía se lanza al ataque.

Finalmente aparece la muchacha, su cara muestra terror. El porqué de su expresión se hace presente ya que ella está cayendo a un vacío donde no se ve fondo y termina en una penumbra sola, donde su expresión corporal te da a entender que siente desesperación.

Así en ese video con duración de un minuto catorce segundos Cinépolis muestra su frase final “Enciende tus emociones”. Como podemos ver la marca hace que el público recuerde la experiencia de ir al cine y ver las películas que más te gusten y lo que éstas pueden provocar en ti.

La manera en que se cuenta la historia es como un anuncio puede ser persuasivo, ya que lo que pretende la publicidad es buscar una respuesta determinada, la elección o compra, mediante magnitud (público), frecuencia (medio) e intensidad (mensaje). Esto atreves de establecer un contacto humano.

También el autor nos comenta que la persuasión no solo se utiliza para la venta sino conseguir apoyo y aceptación. Dentro de la historia que se presenta, se debe procurar que el individuo tenga un punto en común, que se identifique, esto dando argumentos dentro de un terreno donde el individuo pueda entenderlo y asimilarlo logrando el cometido.

Por ejemplo, en Egipto se lanzó la campaña “*No le digas no al panda*”<sup>9</sup> la cual presenta situaciones cotidianas como: un cumpleaños, ir al super de compras, trabajar en la oficina, un día de campo e incluso hasta cuando estas en el hospital

---

<sup>9</sup> YOUTUBE, <https://www.youtube.com/watch?v=jzGv7nWWkDw&feature=youtu.be> consultado el 15 de marzo de 2016, 7:38pm

de reposo, actividades que cualquiera ha realizado y experimentando por lo cual el espectador se puede identificar (teniendo el punto en común).

A través del diálogo y dentro de esos panoramas se ofrece el queso Panda (el producto en diversas versiones), al rechazarlo la persona aparece una botarga de panda que se le queda viendo, para después en un suceso inesperado realiza la acción de tirar lo que encuentre, de una manera cómica y con una música de fondo que es acorde, mostrando al final “Never say no to Panda”.

Lakhani nos da tres elementos de la imagen en los que se debe focalizar y desarrollar para una persuasión exitosa:<sup>10</sup>

- ❖ Aspecto: imagen personal que a simple vista impacte. En publicidad la imagen que se tiene del producto debe impactar.
- ❖ Voz y habilidades de comunicación: la presentación, en conjunto con un adecuado control de la voz y el cuerpo. En caso del anuncio en que medio es presentado en conjunto con imágenes, frases, audio que se adecuen para lograr la presentación.
- ❖ Posicionamiento: aquí se concluye y se debe dar a conocer una imagen positiva para que la confianza este en su punto y lograr una posición de poder. El anuncio debe crear esta conexión entre la marca y el cliente para que el producto este en la mente del cliente y así poder adquirirlo y tener una buena imagen de él, a su vez el producto estará posicionado en el mercado.

Este conjunto de habilidades positivas, según el autor, deben ser trabajadas hasta llegar a ser parte de tu personalidad y así tener control de cuando utilizarlas de manera eficaz y responsable, solo cuando la ocasión lo requiera.

“No basta con que el anuncio sea interesante, sino que se debe conseguir que el *producto* sea interesante. Y eso es lo que muchísimos redactores publicitarios de hoy en día en Estados Unidos aún no entienden” (La realidad en la publicidad, Knopf,1961).<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> LAKHANI, Op. Cit., pag. 36

<sup>11</sup> Ibid, pag.177



Si tomamos los puntos anteriores y esta cita es precisamente lo que la publicidad debe lograr a través de la persuasión vista de manera positiva, dar a conocer que tan bueno y viable es el producto para la audiencia.

En la persuasión hay también distintas formas de clasificar los mensajes que se están dando a conocer, pero para ello las características básicas del proceso de persuasión son:<sup>12</sup>

- ❖ Es un fenómeno esencialmente comunicativo y se lleva a cabo en un marco social
- ❖ Tiene tres constantes principales: pensamiento, racionalidad y lenguaje
- ❖ Se ve influida por la personalidad del individuo, que lo diferencian de los demás.
- ❖ La tradición cultural de la persona cumple un papel clave en el proceso
- ❖ Se basa en tres pilares: el orador, el mensaje y el receptor.

A las personas se les puede llegar de mejor manera apelando a algo más íntimo donde la publicidad juega un rol importante para que el mensaje sea lo suficientemente relacionado con la vida del consumidor que este no dudara en comprar o tener en cuenta el producto y la marca.

A continuación, se presentan las formas de persuasión que pueden ser utilizadas en publicidad y son las siguientes<sup>13</sup>:

**Persuasión racional:** la cual está basada en argumentaciones. A su vez se divide en deductiva, inductiva, retórica y analógica.

La deductiva es de una manera general y no explícita, ejemplo:

---

<sup>12</sup> ARCHIVO PDF

[http://www.psicologiadelaconciencia.com/docs/casanova/persuasion\\_y\\_arte\\_seducion.pdf](http://www.psicologiadelaconciencia.com/docs/casanova/persuasion_y_arte_seducion.pdf) AMBEL VILLENA, Andrea y GALLARDO SERRANO, María José, "La Persuasión y El Arte de la Seducción a través de la biografía de Giacomo Casanova", 27 de febrero del 2016, 7:30pm.

<sup>13</sup> GARCÍA UCEDA, Mariola, "Las claves de la publicidad", España, ESIC Editorial, 1999, pag. 26-29

Campaña para PYMES



Imagen sacada de [https://proqp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://proqp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

La inductiva, parte de una experiencia y generaliza al producto por lo que requiere que la audiencia participe mentalmente. Ejemplo:

*Campaña Nespresso*

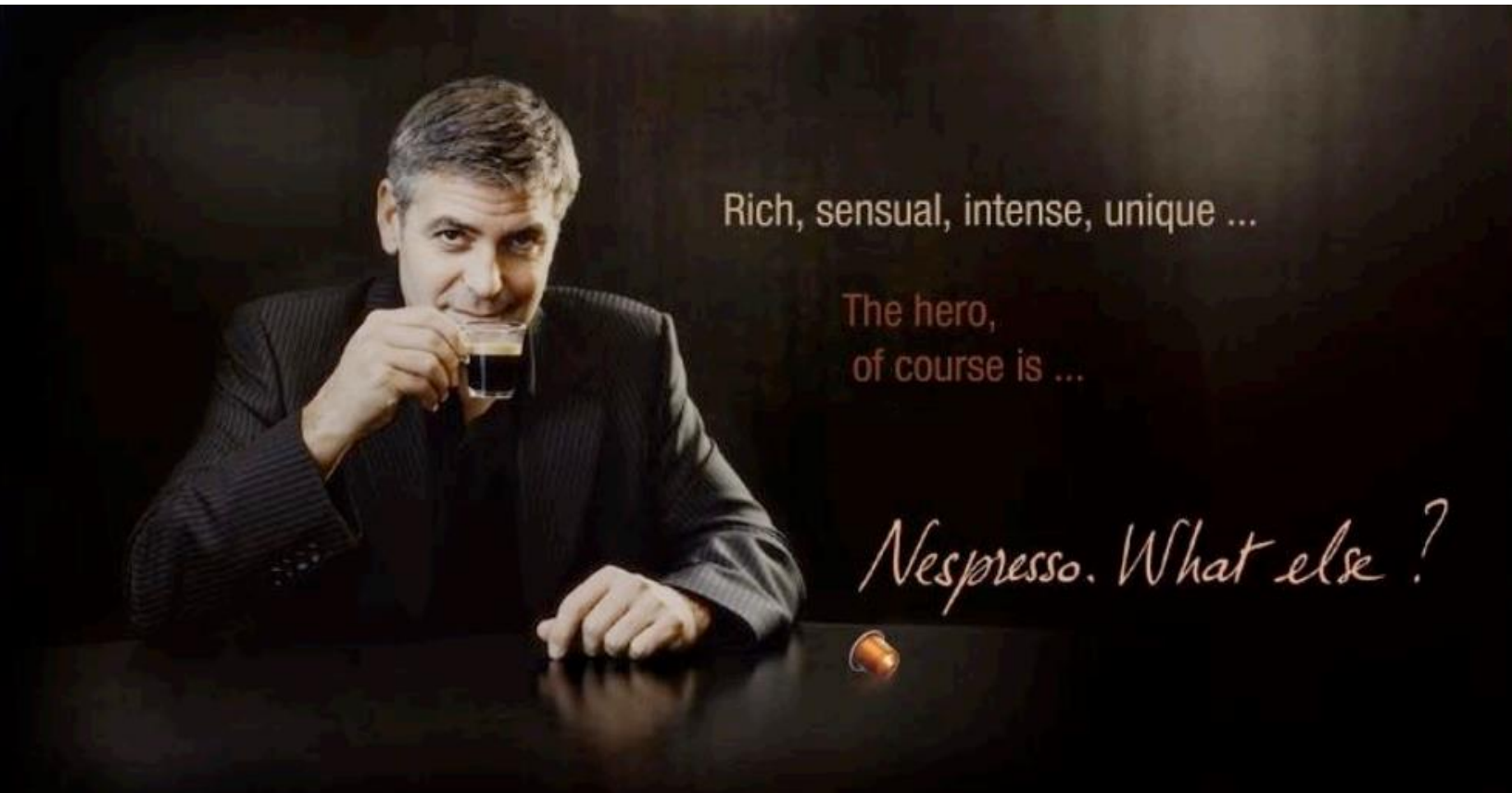


Imagen sacada de [https://proqp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://proqp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

Campaña Canon



Imagen sacada de [https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

La retórica, transmite un mensaje de modo que sea literal, pero con lenguaje figurado, ejemplos:

Campaña Absolut



Imagen sacada de [https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

y la analógica, da un mensaje que trate similitudes o comparaciones para que el espectador esté implicado. Ejemplo:

*Campaña contra el tabaco*



Imagen sacada de [https://proqp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://proqp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

**Persuasión emotiva:** está basada en lo emocional, apelando a los sentimientos

*Campaña Coca Cola*



**Por cada pesimista,  
hay 100 parejas  
buscando un hijo.**

**Otra razón para creer.**

**destapá felicidad**



Imagen sacada de [https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

*Campaña donación de órganos*



Imagen sacada de [https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

Campaña Ketchup Principe



Imagen sacada de [https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

**Persuasión publicitaria:** es aquella que actúa sobre el inconsciente, la que es llamada “publicidad subliminal”. Esta se basa en estímulos ya sean visuales o auditivos, pero está deja de ser subliminal cuando nos percatamos de ella. Ejemplo:

Campaña Volvo



Imagen sacada de [https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad\\_2012.pdf](https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/la-publicidad_2012.pdf) el 8 de marzo del 2016, 5:41pm

De momento debemos concebir a la persuasión como algo positivo, donde el mensaje tiene la intención de crear una conexión con los consumidores, por tanto, la publicidad debe comprometerse a tener un mensaje que refuerce o exponga la credibilidad de la marca.

“La persuasión es una consecuencia. El secreto de un resultado satisfactorio de la persuasión se resume en dos palabras: No manipular. La persuasión manipulada tiene una vida corta. Existe persuasión de verdad cuando perdura más allá del momento.”<sup>14</sup>

Los vínculos que puede crear la marca con el consumidor a través de la publicidad pueden ser duraderos, para ello la misma publicidad debe tener un lazo con la persuasión, de manera que puedan emplear argumentos racionales y emocionales, junto con el contexto, que den a conocer el producto o servicio.

A continuación, se presentan las diferencias entre marketing social y comercial con el fin de entender su importancia, como funcionan y su desenvolvimiento ante el público objetivo.

### **1.3 DIFERENCIAS ENTRE MARKETING SOCIAL Y COMERCIAL**

El marketing se ha definido como satisfacer e identificar las necesidades de un individuo o una sociedad de una forma eficaz, así las empresas pueden darle al cliente lo que quiere y a su vez teniendo ganancias, ya que se vuelve una oportunidad de negocio rentable.

“... los cinco pasos del proceso de marketing: desde comprender las necesidades de los clientes, hasta diseñar estrategias y programas integrados de marketing orientados hacia ellos, construir relaciones y captar valor para la empresa.”<sup>15</sup>

Gracias al proceso que tiene el marketing, se pueden ver las necesidades que requiere el cliente, esto es esencial ya que, a partir de éstas salen las estrategias

---

<sup>14</sup> LAKHANI, Dave, “Persuasión: El arte de influir y obtener lo que se desea”, Ed. Alfaomega, 2008, pag. 10

<sup>15</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, “Fundamentos de marketing”, México, Ed. Pearson, 2013, pag. 5



que el experto implementará para darle valor al producto y por lo tanto una satisfacción al cliente. Dentro de todo esto viene la oferta que habrá en el mercado no solo de productos materiales si no de servicios, que son beneficios o actividades que igualmente el cliente desea o necesita.

“El marketing moderno busca atraer clientes nuevos prometiendo un valor superior y conservar los clientes actuales proporcionando satisfacción”<sup>16</sup>

El marketing se apoya en las cuatro P's que son: Promoción, precio, producto y plaza, dentro de la promoción se encuentra la publicidad, otra herramienta crucial para dar a conocer los productos o servicios al público objetivo.

Por ejemplo, Brahma una marca líder en Sudamérica de cerveza se basó en el deseo de las personas por saber qué cantidad de espuma debe tener un vaso o tarro al momento de servir la cerveza, por lo tanto, en conjunto con la agencia Quorum Saatchi & Saatchi crearon un tarro con el asa inclinada que da un ángulo perfecto de 45 grados, así la persona puede obtener con facilidad el tarro de cerveza con espuma correcta según por los expertos.

Para ello se hizo un anuncio<sup>17</sup> demostrando la dificultad de servir la cerveza, al principio aparece la frase “Ley cervecera: una servida perfecta se logra inclinando el vaso a 45°” después sale un individuo dejando casi el tarro lleno de espuma y casi nada de cerveza, a continuación sale la frase “Pero ¿Cómo obtenemos ese ángulo de inclinación?”, hace su aparición la marca con el título “El chopp perfecto” y así el nuevo tarro de Brahma aparece, donde lo único que se hace es colocarlo inclinado y servir, cuando el líquido está tocando la parte superior se levanta y así se obtiene la cantidad de espuma correcta. Termina con la frase “¡Salud!”

El objetivo fue logrado ya que la marca tuvo un aumento en puntos de venta y dejando al cliente con la satisfacción que con ese tarro cualquiera puede disfrutar de una cerveza con la espuma perfecta creando así una conexión con la marca.

---

<sup>16</sup> KOTLER, Op. Cit., pag.31

<sup>17</sup> YOUTUBE <https://youtu.be/hRrp8yEsEls> consultado el 15 de marzo de 2016, 9:50pm

Campaña para BRAHMA "El chopp perfecto"

**EL CHOPP PERFECTO**  
**BRAHMA**  
THE 45° CHOPP THAT WILL GIVE YOU THE PERFECT SERVING

**SITUATION:**  
It is known that for a perfect serving of beer you must tilt the glass 45°.

**OPPORTUNITY:**  
All beer brands offer consumers a chopp, basically the same chopp with a different logo, but none is made to achieve the 45° serving.

**IDEA:**  
The Perfect Chopp  
A Chopp designed with a special handle of 45° to assure a perfect serving.

**RESULTS:**  
100% perfect servings and more people drinking Brahma the way beer should be drunk. Cheers!

Imagen sacada de <http://www.merca20.com/como-se-sirve-una-cerveza-con-o-sin-espuma/> el 15 de marzo de 2016 9:55pm.

Dentro del marketing hay diferentes tipos, dos de los cuales se hablarán aquí siendo el comercial y el social.

“El marketing comercial realiza estudios de mercado (necesidades, deseos, demandas, segmentación, etc.) y también del producto (atributos, aplicaciones, extensiones de línea, distribución, etc.). Así mismo lo realiza el marketing social: estudia la cultura, creencias, necesidades e ideologías de la sociedad para poder captar su atención, planeando la orientación de los objetivos que se quieren cumplir y transmitiendo el mensaje en los distintos medios de comunicación, logrando la adopción de un cambio social.”<sup>18</sup>

Ambas marketing utilizan un método similar para conocer al público objetivo y lograr su cometido, pero sus objetivos son distintos ya que el marketing social quiere lograr un cambio para bien dentro de la sociedad.

*Esquema de Marketing comercial VS Marketing social*

	<b>Marketing comercial</b>	<b>Marketing social</b>
<b>Producto</b>	Venta de servicios y bienes tangibles	Venta de un comportamiento deseado
<b>Principal objetivo</b>	El principal objetivo del marketing comercial es satisfacer al cliente por la venta de productos y tener una ganancia.	El principal objetivo del marketing social es beneficiar a la sociedad según sus términos.
<b>Enfoque</b>	Se centra en productos físicos o servicios.	Se centra en alcanzar al público objetivo y cambiar su comportamiento
<b>Herramientas de marketing</b>	De venta	De cambio
<b>Satisfacción de necesidades</b>	Satisface necesidades individuales	Satisface necesidades de una sociedad.

Este esquema es sacado de <https://seebeegul.wordpress.com/2013/06/25/social-marketing-vs-commercial-marketing-what-are-similarities-and-difference-between-social-marketing-and-commercial-marketing> consultado el 15 de marzo de 2016 11:00pm se encuentra en ingles pero por cuestiones prácticas se coloca en español

<sup>18</sup> PuroMarketing (on line), <http://www.puromarketing.com/13/12343/marketing-social-marketing-comercial.html> consultado el de marzo de 2016, 10:20pm, “¿Marketing social o marketing comercial?”, Soundy Camila, 2012.

Kathleen K. Reardon nos dice que las personas buscan conductas similares y coherentes que estén relacionadas con su pasado, para ello quien quiera persuadir debe poner en cuestión la coherencia, la pertinencia o la eficacia de estas conductas. Esto debe tomarse también con el contexto que está viviendo la persona y así lograr que esta llegue a tener un cambio en su conducta y por lo tanto en su actitud.<sup>19</sup>

Por ello la tarea que se propone el marketing social es todo un proceso que se presenta a continuación. \*

*Esquema de proceso de cambio*



*Esquema sacado de la clase análisis publicitario impartida por la profesora Reyna Díaz H. en marzo de 2015 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.*

<sup>19</sup> REARDON, Kathleen K., "La persuasión en la comunicación", Bueno Aires, Ed. Paidós, 198, pag. 66

- ❖ Primero se debe identificar la problemática que se quiere tratar y que tenga una repercusión en la sociedad.
- ❖ Desde una organización hasta un solo individuo puede ser este agente de cambio, el cual es quien quiere combatir al problema.
- ❖ Para sensibilización se debe hacer esta investigación de a quien le afecta y como se debe abarcar el tema.
- ❖ Para ello se necesita ver los medios idóneos por los cuales se presentará la problemática y la solución que se acordó para ésta.
- ❖ Dentro del proceso estarán un adoptante primario, el cual es el sujeto objetivo de la campaña, pero a su vez habrá un adoptante secundario que puede estar incluido en el cambio del primero y por lo tanto también este beneficiado.
- ❖ Finalmente se verá una acción, que es el cambio de actitud que se tendrá sobre la problemática a tratar, pero en esta hay tres variables a tratar, está la aceptación donde la persona solo admite que el problema existe, la modificación que es el cambio de actitudes donde hay una participación para la solución o el rechazo donde la persona no es parte de la solución.

“El marketing social es, además, un conjunto de técnicas específicas que deben ser planteadas para que esa filosofía, esa actitud, se materialice en acciones concretas”<sup>20</sup>

Por ejemplo, GNP Seguros en 2014 sacó la campaña “*Amigo secreto*”<sup>21</sup> presentando un spot donde al principio una señora acompaña a su esposo para llegar a un cuarto de hospital, después una enfermera llama a la señora diciéndole que tiene una llamada.

Al salir la señora un joven se presenta ante un señor que se encuentra demacrado, diciéndole que es su amigo secreto y diciéndole que el regalo que le tiene es muy

---

<sup>20</sup> BARRACO Saiz, Francisco, “Marketing social corporativo: la acción social de la empresa.”, Madrid, Ed. Pirámide, 2005, pag. 31

<sup>21</sup> YOUTUBE <https://www.youtube.com/watch?v=979eGTsxUe8> consultado el 5 de abril de 2016, 9:23pm

especial y ya que él no lo utilizará, enfatizando en que nunca pensó que se apartaría de él, el muchacho se marcha deseándole feliz navidad y año.

A continuación, llega la esposa dándole la noticia de que ya tiene un donador, a lo que el señor comienza a llorar de la emoción, dentro de ese lapso de felicidad recuerda al joven que hace unos momentos había estado con él, el video finaliza invitando a que las personas se inscriban a la lista de donadores, también con la frase “transforma la vida de alguien” y aparece la frase “vivir es increíble”

La problemática que se plantea aquí es la donación de órganos, llevada por la empresa GNP seguros (agente de cambio), dentro de la sensibilización manejan a las personas que esperan un trasplante y a un donador que puede hacer la diferencia, apelan a lo emotivo.

El spot se encuentra en internet (YouTube) pero también pasó por televisión, se contaba con página de internet donde podías inscribirte en la lista de donadores y contenía información con respecto a la donación de órganos, resolviendo preguntas que normalmente tienen las personas con respecto a este tema.

El adoptante primario son las personas que pueden ser potenciales donadores y el secundario son las que reciben el órgano. Dentro de la acción la campaña suma más de seis millones de visitas en YouTube, demostrando que hubo una aceptación.

“Los condicionantes económicos, políticos y sociales que afectan a las sociedades influyen poderosamente en la sensibilidad de los colectivos ante determinados sucesos.”<sup>22</sup>

Dentro del marketing social se debe generar conocimiento, para que la sociedad sepa lo que está pasando al respecto de la problemática que se quiere abarcar, tener información actualizada y decir los beneficios de la actividad. Así el ciudadano puede tomar conciencia y comprometerse con la causa.

---

<sup>22</sup> BARROCO, Op. Cit., pag. 174.

Barroco Saiz, plantea que las personas se pueden implicar en una problemática social ya sea:<sup>23</sup>

- ❖ Por propio interés: su motivación recae en ver las posibilidades de que en el futuro él pueda ser el beneficiado por el proyecto.
- ❖ Por propia satisfacción altruista: considerando que sus acciones pueden generar un cambio de aquellas personas que viven peor que él.
- ❖ Por compromiso social: tiene el pensamiento que es un deber solidario contribuir.

Aunque sea por estas tres vías la persona se involucra para solucionar el problema que se presente dentro de la campaña. Claro la campaña debe buscar que se dé una situación de compromiso y participación.

Ambos marketing tienen cosas en común, aunque uno esté dirigido a un producto comercial y el otro a un servicio social, aun así, el factor que los une y considero importante es satisfacer una necesidad, uno por parte del producto y el otro por un cambio de actitud que mejorará el estilo de vida de toda una sociedad.

También dentro de estos dos tipos de marketing hay que destacar que se debe hacer lo correcto, teniendo un beneficio para el consumidor como para la empresa, ONG o cualquier organización. Así ambas son importantes teniendo objetivos diferentes, pero al final favorecen a los públicos objetivos.

En el siguiente capítulo se hablará de los valores culturales y sociales en los niños el cual abarcara definiciones de estos y los cambios que las generaciones han traído consigo.

---

<sup>23</sup> BARROCO, Op. Cit., pag. 174.

## **CAPÍTULO 2. VALORES SOCIALES Y CULTURALES EN LOS NIÑOS**

Dentro de este capítulo se pretende dar a conocer qué son los valores y cómo son percibidos por los niños, donde la enseñanza sobre ellos ha cambiado durante el paso de los años, por lo tanto, se verá su evolución dentro de las diferentes generaciones, dentro del núcleo familiar, pero también cómo en la educación se han hecho cambios importantes.

### **2.1 DEFINICIÓN DE VALORES**

Al nacer y ser criados se nos da una serie de aprendizajes que son básicos y necesarios para tener una integración en la sociedad en la cual vamos a desenvolvernos.

Dentro de estos aprendizajes hay una serie de valores, los cuales rigen a la sociedad y al ser humano mismo, ya que son normas que se enseñan para un comportamiento “adecuado”.

El valor humano está en la conciencia y lo que ésta es capaz de hacer.

“Los valores son las normas de conducta y actitudes según las cuales nos comportamos y que están de acuerdo con aquello que consideramos correcto.”<sup>24</sup>

Cuando se habla de formación de valores, aunque se acepta que la familia es quizás el espacio privilegiado para lograrlo -lo que se asocia con el derecho de los padres de formar valores a sus hijos- prácticamente todos los planteamientos hacen referencia a la escuela. Pero los valores no se desarrollan en los individuos en forma automática. Requieren de un proceso educativo intencionado y sistemático.

Por ejemplo, un niño al estar creciendo se le va inculcando estos valores con frases cotidianas que los padres les dicen: “no digas mentiras es malo”, “se compartido por que es tu hermano”, “no le pegues, porque es tu padre/madre/abuelo etc.” Todas estas frases han sido dichas alguna vez por padres o las personas que crían a los

---

<sup>24</sup> FRANCO Ortiz, Itziar, “Qué son los valores y por qué son tan importantes en la educación” en <http://www.solohijos.com/web/que-son-los-valores-y-por-que-son-tan-importantes-en-la-educacion/> consultado el 5 de abril de 2016, 9:20 pm



niños, dependiendo la situación, claro se hace con el fin de que el niño entienda y aprenda.

Al decir por las personas que lo críen, es porque en la actualidad se presentan diferentes tipos de familia podemos ver que la cabeza de esta es diferente, simplemente según datos del INEGI el 31% de los hogares son liderados por mujeres y el otro 69% por hombres.

Sin contar que algunos niños son criados por sus abuelos, e incluso tíos o tías, esto puede derivar de diferentes situaciones, desde que los padres murieran, abandonaran a sus hijos o alguno padre/madre haya dejado el hogar.

“Un aspecto trascendente durante dicho proceso de estructuración de la personalidad –que comienza en el momento de la fecundación y termina solo con la muerte– es la incorporación y reforzamiento de valores, cuya expresión será matizada por el desarrollo filosófico, profesional, político-ideológico, cultural y espiritual alcanzado.”<sup>25</sup>

La educación en valores es una necesidad inexorable<sup>26</sup>: tenemos que orientarnos y aprender a elegir, hay que estar capacitado para decidir, porque nuestro proyecto de vida, individual y socialmente es, de hecho, una cuestión abierta y de derecho, un compromiso de voluntades, axiológicamente<sup>27</sup> orientado hacia un mundo personal y social mejor.<sup>28</sup>

El desarrollo de valores, por tanto, no es algo que ocurra en su plenitud como fruto natural del proceso evolutivo del ser humano. Los valores son: enseñables, elegibles y realizables.

Pablo Latapí nos dice:

---

<sup>25</sup> ARCHIVO PDF <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21418845001> González Menéndez, Ricardo, “Los valores morales”, Revista Cubana de Salud Pública, vol. 31, núm. 4, diciembre, 2005, p. 269 consultado el 5 de abril del 2016, 9:50 pm

<sup>26</sup> La palabra inexorable significa que no se puede evitar, eludir o detener.

<sup>27</sup> Es la rama de la filosofía que estudia la naturaleza de los valores y juicios valorativos

<sup>28</sup> TOURIÑÁN López, José Manuel, “Educación en valores, educación intelectual y formación para la convivencia pacífica” España, Ed. NETBIBLO, S, L., 2008, p. 13.

“Los valores, por tanto, son productos de la experiencia; tienen su sede en nuestro psiquismo, y en su generación intervienen la inteligencia, la voluntad, los afectos, y emociones; a la vez tienen referencias necesarias en el mundo exterior a nosotros; son realidades a la vez internas y externas, subjetivas y objetivas.”<sup>29</sup>

Como lo señala el autor para poner en marcha esta educación y selección de valores deben estar en conjunto todas las enseñanzas que tuvimos de estos, para así traerlos a la vida cotidiana utilizándolos de manera que nos ayuden con decisiones y acciones que tenemos a diario.

Desde un inicio en la convivencia de un grupo de seres humanos hubo ciertas reglas que sin ser escritas fueron aceptadas para un mejor trato entre estos y que por alguna razón o instinto fueron acatadas.

Por ejemplo, algo tan sencillo como el saber que tomar cosas de otros es considerado malo y por lo tanto no debes hacerlo. A la fecha este tipo de acciones tiene castigos legales que en este caso sería robo.

Dentro de la antropología cultural nos dice que los valores son importantes dentro del comportamiento de los grupos. Los considera como aprendizajes colectivos de ciertas apreciaciones que se comparten por el grupo y rasgos que lo caracterizan.

Por otro lado, tenemos que la psicología dice que los valores contribuyen a la realización de la persona, ya que estos orientan a la construcción de la identidad, afianzan la autoestima y sirven de guía para tomar una posición definida respecto a las costumbres sociales.<sup>30</sup>

Ambas ramas consideran a los valores parte fundamental en la vida de un ser humano, y estos se desarrollan durante la vida, ya que vas aprendiendo lo que tu grupo primario enseña (la familia), después los demás grupos que se van incorporando a tu vida donde los valores toman otro significado y se van haciendo

---

<sup>29</sup> LATAPÍ Sarre, Pablo, “El debate sobre los valores en la escuela mexicana”, México, Fondo de cultura, 2003, pag.73.

<sup>30</sup> Ibid, pag. 74 y 76

juicios de valor, así se expondrá que tipos de valores morales, culturales y sociales de los aprendidos son más importantes.

Latapí nos da cinco acepciones de valor:<sup>31</sup>

- a) Como un juicio apreciativo: es regido por la inteligencia, cuando dices “todos los hombres son iguales” estás haciendo un juicio y a la vez una apreciación hacia la naturaleza humana.
- b) Una predisposición afectiva: es una actitud que junto a un sentimiento refuerzan una convicción. “si hubiera igualdad para todos los hombres no se tendría indignación hacia la justicia”
- c) Un motivo de la acción: es cuando decides hacer algo, en el ejemplo anterior se puede tomar acción ante esos actos de injusticia.
- d) Una dinámica apetitiva: es un deseo que puede llegar a ser un rasgo de carácter, siguiendo con el ejemplo puede ser que esa persona sea sensible hacia el tema de la injusticia y esto se vuelve un rasgo permanente de la persona.
- e) Una norma de conducta: cuando se dice “es una mujer/ un hombre justo” se le está dando un valor a la conducta que tienen y por ello se clasifica de esa manera llegado a verlo como una norma respetada.

Estas cinco formas que se les puede dar a los valores las podemos encontrar en la vida diaria de un adulto ya que este puede tener su propio juicio de acuerdo a lo que ha vivido y por lo tanto tiene formado un carácter, teniendo sentimientos estables.

Pero para un niño apenas se está aprendiendo sobre la diferencia entre el bien y el mal, el por qué se deben acatar esas reglas o el simple hecho de que está bien visto y no dentro del grupo donde se está desarrollando.

“La educación moral es entonces el desarrollo de la capacidad para enfrentar la vida, el desarrollo de la capacidad del niño o joven de llegar a auto poseer en plenitud, lo cual implica hacer crecer sus facultades específicamente humanas de

---

<sup>31</sup> LATAPÍ, Op. Cit., pag. 78.

juicio, discreción, ponderación, elección, imaginación y responsabilidad por sí mismo y por los demás.”<sup>32</sup>

Es importante este desarrollo para que el menor pueda asimilar de mejor manera los valores y pueda tener todo ese crecimiento. Teniendo la oportunidad de liberarse y autorealizarse.

En el siguiente punto se expondrá un valor que se considera esencial para la vida diaria: Respeto. El cual se está perdiendo, así como el rol importante que tiene la autoridad en la vida del niño.

### **2.1.1 RESPETO Y AUTORIDAD**

El respeto es un valor que se considera primordial para el entendimiento entre dos personas, ya que gracias a éste se pueden considerar las opiniones de ambos sin necesidad de saber cuál es mejor e incluso llegando a un acuerdo de manera cortés.

“Respeto es el reconocimiento del valor inherente y los derechos innatos de los individuos y de la sociedad. Estos deben ser reconocidos como el foco central para lograr que las personas se comprometan con un propósito más elevado en la vida”<sup>33</sup>

En un niño es esencial desarrollar este sentido de respeto, de hecho, es uno de los primeros valores que se le empieza a enseñar, ya que al tener a sus padres estos dan frases y acciones que dan a entender quién es el que está a cargo y por ello requieren de respeto según las enseñanzas que ellos tuvieron.

El respeto es parte fundamental en la vida de un niño ya que éste debe aprender a respetar a sus mayores, compañeros, hermanos, primos en sí a todo aquel que le rodee para tener una convivencia pacífica e incluso amorosa con los de su familia en especial.

---

<sup>32</sup> LATAPÍ, Op. Cit., pag. 81

<sup>33</sup> ARCHIVO PDF <http://jugaryvivirlosvalores.xoc.uam.mx/docs/1ro.pdf> Paoli Antonio, “Jugar y vivir los valores EN PRIMERO DE PRIMARIA” consultado el 5 de abril de 2016, 10:45 pm.

“El respeto es, de un lado, un presupuesto para entender y captar los valores y, de otro, una parte central de la adecuada respuesta de valor. De ahí que represente una condición necesaria y, al mismo tiempo, un elemento esencial de todas las virtudes”<sup>34</sup>

Por ejemplo, el niño al entrar a una escuela debe saber que la persona que es mayor, la profesora, se le debe respeto al igual que sus compañeros, por lo tanto, sus padres deben enseñar a respetar a todos por igual, la profesora también entra en esa enseñanza ya que ella debe promover este valor dentro del salón. Al hacerlo se da una convivencia más enriquecedora entre los niños ya que habiendo respeto de por medio se da un fácil proceso de educación y desarrollo de otros valores.

Dentro de este ámbito de respeto tomemos en cuenta la autoridad, lo cual puede ser tomada de manera negativa, pero su definición se deriva del verbo latino “augere”, que quiere decir ayudar a crecer.

Pero este término se ha utilizado con un sinónimo de poder. Ya que es diferente que el niño aprenda a respetar, que a temer o sentirse inferior por ese poder que ejerza el padre/madre o el profesor.

“La autoridad y el poder están estrechamente relacionados, siendo ambos componentes de las relaciones de individuos y grupos. Para Bourdieu y Passeron la acción pedagógica se vale de relaciones de fuerza para imponer representaciones que se hallan al servicio de la clase dominante, constituyendo una forma de violencia simbólica.”<sup>35</sup>

Esta parte de tener un reconocimiento negativo por parte de la palabra autoridad debe ser modificado ya que estas “autoridades” deben ser vistas como guías y personas de apoyo para que el niño pueda tener un desarrollo óptimo durante su vida.

---

<sup>34</sup> ARCHIVO PDF <http://www.redalyc.org/pdf/834/83400715.pdf> Dietrich von Hildebrand, Traducido por: José María Barrio Maestre, “La importancia del respeto en la educación”, consultado el 18 de abril del 2016, 5:50 pm.

<sup>35</sup> REVISTA IBEROAMERICANA (on line) <http://rieoei.org/opinion38.htm> consultado el 20 de abril del 2016, 3:30 pm. “Disciplina, autoridad y malestar en la escuela” Sánchez Lidia, 15 de febrero del 2006

Al niño se le debe poner límites, los cuales deben servir para la enseñanza del bien y el mal, de lo correcto y lo incorrecto, donde va a depender de la familia enseñarle de acuerdo a sus creencias. Lo principal es que el niño entienda que los límites son para el mejoramiento de sus acciones y aprendizaje.

“Fernando Savater dice: el padre que no quiere figurar sino como el mejor amigo de sus hijos, algo parecido a un arrugado compañero de juegos, sirve para poco; y la madre, cuya única vanidad profesional es que la tomen por hermana ligeramente mayor que su hija, tampoco sirve para mucho más.”<sup>36</sup>

Es por ello que los padres deben asumir ese papel de autoridad, no de amigos ya que a pesar de querer una relación sana y amorosa con sus hijos debe existir el respeto por la autoridad, no una persona que haga menos al niño, sino que lo lleve de la mano para su aprendizaje.

Otra forma que se da este autoritarismo es con castigos de manera física.

Según un estudio realizado por la Universidad de Texas y la Universidad de Michigan puso al descubierto que los niños que son golpeados de cierta forma tienden a exhibir comportamientos antisociales y a experimentar problemas mentales. Usando datos de 50 años de investigación y con 160,000 niños estudiados se llegaron a esos hallazgos.<sup>37</sup>

Esta es una práctica usual en las familias. Según un reporte de Unicef, el 80% de los padres del mundo les dan palmadas a sus hijos. Esto debería ser reducido ya que como demostró el estudio anterior esto trae claras repercusiones en los niños.

Por ello ya se pone en duda la efectividad de estos castigos y los padres deberían tenerlo en consideración para la educación de sus hijos.

---

<sup>36</sup> Pascual Sorribas, Pablo, “¿Te obedecen por prestigio o por autoritarismo?” en <http://www.solohijos.com/web/respeto-y-autoridad/> consultado el 22 de abril del 2016, 8:30 pm.

<sup>37</sup> CNN (on line) “Por qué nunca deberías castigar a tus hijos dándoles palmadas” <http://cnnespanol.cnn.com/2016/04/26/por-que-nunca-deberias-castigar-a-tus-hijos-dandoles-palmadas/> consultad el 28 de abril del 2016 10:50 pm. CNN Español, 26 de abril del 2016.

Pascual S. Pablo nos dice: “no hay autoridad sin respeto fundamentado en la integridad, la sinceridad y la empatía con el prójimo, nunca en el miedo y en la imposición.”<sup>38</sup>

Tanto el respeto como la autoridad deben ser tomadas en cuenta por los padres para que el niño pueda desenvolverse de mejor manera, sin sufrir ningún tipo de complicación que pueda dañar su integridad, autoestima y relación con otras personas.

En el siguiente punto se presentan otros dos valores igualmente influyentes en las vidas de los niños y la importancia de estos los cuales son: tolerancia y responsabilidad.

### **2.1.2 TOLERANCIA Y RESPONSABILIDAD**

La tolerancia como valor es apreciado por la sociedad ya que como tal sirve, en conjunto con otros valores como el respeto, para poder comprender las acciones y pensamientos de otros, actuado de manera paciente ante ellos.

“La palabra “tolerancia” no es afortunada pues significa soportar con paciencia una situación indeseable.”<sup>39</sup>

Tal vez la situación a la que se puede enfrentar no sea indeseable como dice el autor, por ejemplo, un niño estando en clase debe tener tolerancia con la opinión de otros compañeros, la acción “indeseable” sería que este niño no soportará como tal lo que otros piensan.

Por ello se debe contar con el valor del respeto, estos dos valores deben ser inculcados dentro del ámbito familiar y reforzados en el escolar, así el niño puede

---

<sup>38</sup> Pascual Sorribas, Pablo, “¿Te obedecen por prestigio o por autoritarismo?” en <http://www.solohijos.com/web/respeto-y-autoridad/> consultado el 22 de abril del 2016, 8:30 pm.

<sup>39</sup> LATAPÍ Sarre, Pablo, “El debate sobre los valores en la escuela mexicana”, México, Fondo de cultura, 2003, p.87

entender que es vital para todo tipo de situaciones y que seguirá utilizándolo durante toda su vida, si es que así lo decide.

“La educación para la tolerancia es particularmente difícil porque tanto en la psicología individual como en la colectiva hay dinámicas que llevan naturalmente a la intolerancia”<sup>40</sup>

Esto se refiere a que por instinto rechazamos lo que es diferente, de ahí que hagamos un juicio, de donde se sacan estereotipos que tienen un grado negativo, esto puede ser desde el género hasta la procedencia de origen.

Por ejemplo, el niño al llamar a otro llorón, maricon, esto ya tiene un grado de crítica hacia el otro e inclusive burla, si estamos hablando de un niño pequeño puede que repita estas palabras de quien observe hacer lo mismo, pero al crecer ya no simplemente lo repetirá, sino que su juicio ya estará regido por estos estereotipos.

El autor plantea que tendemos a creer que nuestras verdades son absolutas, donde creemos que los demás están en contra de la identidad ya construida que tenemos, por ello un niño con este tipo de creencias puede generarse problemas al convivir con alguien más ya que desarrollará un sentido de superioridad.

“Cuando nos consideramos superiores a los demás afianzamos la intolerancia; las situaciones de superioridad tienen que ser relativizadas y “hacerse perdonar” mediante el reforzamiento de la solidaridad”<sup>41</sup>

Es por ello que la educación para este valor debe hacerse de manera responsable para que el niño desde pequeño no desarrolle esta superioridad, ni juzgue sin razón y evitar esos estereotipos que son negativos.

De esta manera pasamos al otro valor que debe ser enseñado; la responsabilidad.

La responsabilidad puede ejercerse desde dos perspectivas, la personal y la social, deben ser enseñadas al mismo tiempo para que haya un balance.

---

<sup>40</sup> LATAPÍ, Op. Cit., pag. 89

<sup>41</sup> Ibid, pag. 90



De manera personal es dirigida a tu ser, lo que pase en tu vida a manera de salud, protección y las decisiones que tengas.

La social es el pacto que tienes dentro de una sociedad donde te haces responsable de hacer lo correcto y seguir las reglas que rigen al grupo donde perteneces.

Por ejemplo, el niño debe entender que la responsabilidad por su persona es lavarse los dientes para no tener caries, el avisar cuando sienta algún dolor en su cuerpo.

Dentro de lo social es la responsabilidad de no faltar a las normas establecidas, en la escuela simplemente el típico: no molestar, no gritar, no empujar, junto con otras que deben ser aplicadas dentro del salón si es que el profesor lo ejerce, que esto debería ser lo correcto para un manejo estable del grupo.

Esas responsabilidades le permitirán crear sus propias decisiones de manera positiva, donde entenderá que al hacerlo estará formando acciones que serán beneficiosas tanto para él como para el prójimo.

“Escámez y Gil (2001) definen la responsabilidad como “la posibilidad que la persona tiene de actuar moralmente”. Según González y Padilla (1992), los valores morales son contruidos e interiorizados y posibilitan el proceso de socialización del niño que consiste en el aprendizaje de saber distinguir lo correcto de lo incorrecto. Consecuentemente, esos valores actuarán regulando la conducta del niño que, como se sabe, en esta edad está guiada por “la moral del respeto unilateral o de obediencia a los adultos” (Piaget, 1994).”<sup>42</sup>

Dentro de la educación del niño la responsabilidad se da a través de límites, estos deben ser congruentes y fáciles de entender para el niño, otro factor importante es la constancia para que este valor siempre este presente, aun así, los padres deben seguir estos límites para que el niño lo tome a juego, teniendo responsabilidad consigo mismo primero, después con la sociedad.

---

<sup>42</sup> Monsalvo Eugenio y Guaraná Renata, “El valor de la responsabilidad en los niños de educación infantil y su implicación en el desarrollo del comportamiento prosocial”, España, Revista Iberoamericana de educación, 2008, p. 2

“Nada desconcierta más a los niños que la ausencia de normas. Hoy en día todos los profesionales de la educación coinciden en que esos límites son los que ofrecen la seguridad, el bienestar y el aprendizaje de cualquier ser humano para lograr un desarrollo completo.”<sup>43</sup>

Un método bautizado como las tres C, puede esclarecer que es lo que se tiene que hacer al poner límites. primera C es coherencia, que es en esencia no llevarnos la contraria a nosotros mismos y tener siempre el mismo criterio, segunda C es constancia: el si es si y el no es no, la tercera C es de continuidad, esto aplicando lo anterior de manera permanente.<sup>44</sup>

A continuación, se presenta un cuadro que representa los resultados de un seguimiento correcto de normas y cuando no se siguen.

Este cuadro es recomendable tanto para padres de familia como para los profesores, ya que los resultados serían satisfactorios dentro del hogar, así como del aula de clases.

---

<sup>43</sup> ARCHIVO PDF

<http://www.edu.xunta.es/centros/ceipmanuelfraga/system/files/CUANDO+LAS+NORMAS+BRILLAN+POR+SU+AUSENCIA.Padres+obedientes,+hijos+tiranos.pdf> La voz de Galicia, “Cuando las normas brillan por su ausencia: Padres obedientes, hijos tiranos.” Consultado el 15 de mayo del 2016, 7:50pm.

<sup>44</sup> Este método fue presentado por Pedreira Massa, Ex presidente de la Sociedad Española de Psiquiatría Infantil.

Cuadro de seguimiento correcto de normas

	<b>¿CÓMO SON?</b>	<b>¿QUÉ PRODUCEN?</b>	<b>¿QUÉ ENSEÑAN?</b>
<b>LÍMITES BLANDOS O AUSENCIA DE NORMAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las normas no están claras, a veces cambian.</li> <li>Se envían dobles mensajes: «sí, pero no».</li> <li>El incumplimiento de normas no tiene consecuencias (o sí, depende del día).</li> <li>A veces se cuentan mentiras para lograr la conducta deseada.</li> <li>Hay muchas amenazas y gritos pero al final los castigos se levantan.</li> <li>Se dice a todo que sí.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desobediencia.</li> <li>Lucha de poder («yo tengo el mismo derecho que tú...»).</li> <li>Falta de respeto.</li> <li>Se traspasan los límites.</li> </ul>	<p>Los niños piensan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>«No» significa «sí» o «quizá».</li> <li>En realidad mis padres no esperan que cumpla las normas.</li> <li>Las normas no son para mí.</li> <li>Los adultos son los responsables de mis actos.</li> <li>Mis padres no son consecuentes con lo que predicán.</li> </ul>
<b>LÍMITES FIRMES, NORMAS CLARAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hay indicaciones claras y directas hacia conductas concretas.</li> <li>Se exige obediencia.</li> <li>Se otorga responsabilidad.</li> <li>Se informa con claridad de las consecuencias de una u otra conducta (de obedecer o desobedecer).</li> <li>Las palabras se apoyan en la acción (si se prometió un premio o un castigo, se cumple).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cooperación.</li> <li>Comprensión de las normas.</li> <li>Respeto a las palabras de los padres.</li> <li>Aumenta el cumplimiento de las normas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cooperación.</li> <li>Comprensión de las normas.</li> <li>Respeto a las palabras de los padres.</li> <li>Aumenta el cumplimiento de las normas.</li> </ul>

El siguiente cuadro fue obtenido de <http://www.edu.xunta.es/centros/ceipmanuelfraga/system/files/CUANDO+LAS+NORMAS+BRILLAN+POR+SU+AUSENCIA.Padres+obedientes.+hijos+tiranos.pdf> el 15 de mayo del 2016 , 8:00pm.

Como se puede observar si se aplican estos límites o normas el niño desarrollará de manera más fácil y entendible responsabilidad, junto con otros valores que ya hemos mencionado que son tolerancia, respeto.

En el siguiente apartado se hablará del concepto de familia, los tipos y la importancia que este tiene para un individuo.

## **2.2 LA FAMILIA**

Desde un inicio la familia se ha llamado también como: el grupo primario donde se comienza una socialización, en la cual se desenvuelven las enseñanzas básicas, que van desde aprender a caminar hasta la conducta que uno debe tener frente a las personas que conforman el conjunto, así como a otras que son externas a este.

“La familia es en efecto fruto de una auténtica labor de institución, a la vez ritual y técnica, orientada a instituir duraderamente encada uno de los miembros de la unidad instituida unos sentimientos adecuados para garantizar la integración que es la condición de la existencia y de la persistencia de esta unidad.”<sup>45</sup>

La definición de familia puede depender del valor que tenga para cierto tipo de sociedad, ya que se deben tomar en cuenta factores demográficos, antropológicos, psicológicos e históricos incluso para poder precisar el concepto.

El punto en el que todo concepto converge es el instinto de prevalecer, para ello se tiene descendencia, la cual aprenderá el comportamiento de sus progenitores y de los individuos que están relacionados a estos.

En los últimos años se han visto cambios en la conformación de una familia, teniendo en cuenta factores que en la actualidad dan una amplia gama de los tipos que pueden existir, sin embargo, no se altera el lazo que se crea entre los sujetos que la conforman.

---

<sup>45</sup> BOURDIEU, P. "L'esprit de famille (El espíritu de familia)", *Raisons pratiques sur la théorie de l'action*, Editions du Seuil, 1994. Traducción de María Rosa Neufeld, pag 131.

“En México, a pesar del tiempo, de los cambios sociales, tecnológicos y demográficos, la familia sigue siendo referente vital, pues los lazos de parentesco siguen vigentes y los integrantes de esta institución acuden a ella para la solución de problemas y la búsqueda de apoyo.”<sup>46</sup>

La enseñanza de este lazo que une a la familia es algo que se presenta en los primeros años de los nuevos integrantes, ya que estos desde un principio son presentados en eventos y conforme pasan los años estas reuniones son donde pueden convivir la mayoría, si no es que todos aquellos que conforman la familia.

Por ejemplo: Las fiestas que son un punto importante en la cultura mexicana, los primeros invitados son familia y es en este tipo de eventos donde se le enseña al niño desde una temprana edad la posición de cada uno de los miembros, contando no solo a la familia de rama principal como lo son primos hermanos sino primos secundarios, tíos abuelos, entre otros que igualmente forman parte de la familia.

“Durante los primeros años de la vida del niño, y en los comienzos de su escolaridad, la familia constituye uno de los ámbitos que más influye en su desarrollo cognitivo, personal, emocional y socio-afectivo. La influencia familiar se mantiene a lo largo de toda la escolaridad, pero es en estos primeros años cuando juega un papel fundamental porque el grupo familiar proporciona al niño todas las señales iniciales de afecto, valoración, aceptación o rechazo, éxito o fracaso (Burns, 1990).”<sup>47</sup>

Como se aprecia los elementos que se infunden dentro de la familia son los que influenciarán al niño a actuar de cierta manera, pero como ya se había mencionado en la actualidad hay diferentes tipos de familia eso nos da a entender que hay diferentes personas que pueden estar a cargo de la educación que será impartida.

---

<sup>46</sup> ARCHIVO PDF

[file:///C:/Users/Lilu/Downloads/ElconceptodefamiliaenMxico\\_unarevisindesdelamiradaantropolgicaydemografica.pdf](file:///C:/Users/Lilu/Downloads/ElconceptodefamiliaenMxico_unarevisindesdelamiradaantropolgicaydemografica.pdf) Gutiérrez Reynaldo, Díaz Otero Karen y Román Reyes Patricia, “El concepto de familia en México: una revisión desde la mirada antropológica y demográfica” consultado el 13 de agosto del 2017, 8:35pm.

<sup>47</sup> ARCHIVO PDF <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/download/RCED9999120289A/17271>

Covadonga Ruiz de Miguel, “La familia y su implicación en el desarrollo infantil” consultado el 13 de agosto del 2017, 9:00pm.

En un artículo de la edición de octubre del 2016 en la revista digital de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado) se presentan los once tipos de familias en México demostrando en un gráfico el porcentaje que abarca cada tipo.

Los once tipos de familia en México

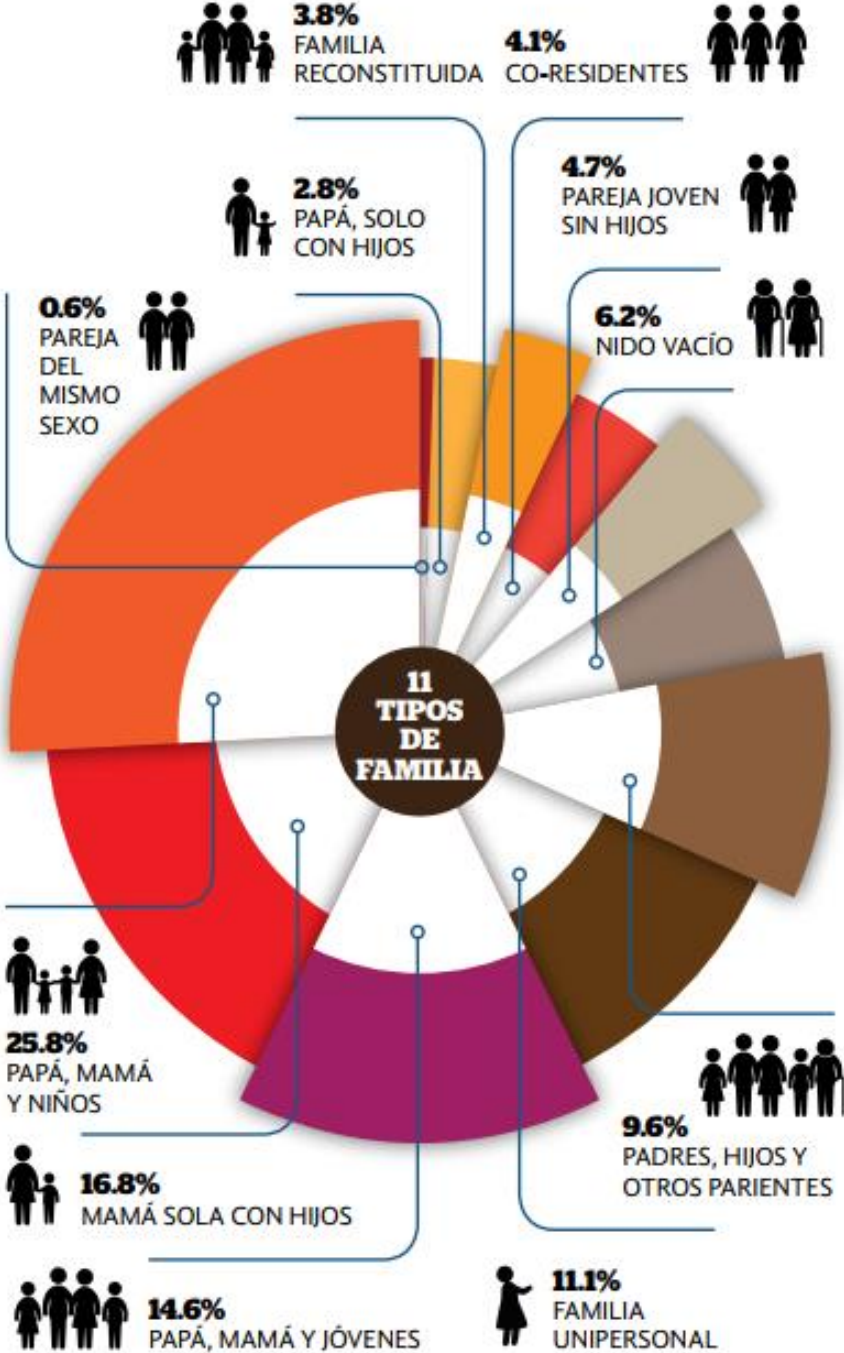


Grafico obtenido de [http://www.amai.org/revista\\_amai/octubre-2016/AMAI\\_47\\_OCTUBRE\\_2016.pdf](http://www.amai.org/revista_amai/octubre-2016/AMAI_47_OCTUBRE_2016.pdf) el 13 de agosto del 2017, 9:50pm

En el artículo<sup>48</sup> menciona que los once tipos de familia son clasificados en tres grupos los cuales son: las familias tradicionales donde se puede encontrar el típico esquema de mamá-papá-hijos, las familias en transición en esta se carece de alguno de los padres o bien parejas que deciden no tener hijos y las familias emergentes donde se incluyen parejas del mismo sexo o aquellas que son reconstruidas.

A continuación, se presenta una breve explicación de los once tipos de familia.

- Familias formadas por papá, mamá e hijos menores de 12 años: en esta se presenta el esquema más común de la familia y también dentro del estudio conforma el porcentaje más alto, se le caracteriza por tener una prioridad en el desarrollo de sus hijos.
- Familias formadas por papá, mamá y jóvenes: aunque conforme un esquema similar a lo anterior mencionado este tiene por diferencia que los hijos ya son adolescentes, que representan otro tipo de necesidades hablando de la educación y cuidados que los padres les proporcionan.
- Familias extensas: aquí la familia se compone por los abuelos, padres, hijos e incluso los hijos de estos, por lo tanto, se ve una educación más tradicional gracias a que todos conviven en un mismo hogar.
- Familias formadas por madre e hijos: ya sea por decisión propia o por el abandono del padre este tipo de familias son lideradas por las madres que se encargan de la educación y proporcionar lo necesario para sus hijos.
- Familias de pareja joven sin hijos: la pareja prefiere el disfrute de su relación y no planean hijos en un futuro cercano
- Familias por parejas mayores sin hijos: también se les llama nido vacío ya que los hijos ya dejaron el hogar o que incluso no tuvieron hijos, ya solo se encargan de su vida en pareja.

---

<sup>48</sup> ARCHIVO PDF [http://www.amai.org/revista\\_amai/octubre-2016/AMAI\\_47\\_OCTUBRE\\_2016.pdf](http://www.amai.org/revista_amai/octubre-2016/AMAI_47_OCTUBRE_2016.pdf) LÓPEZ ROMO, HERIBERTO “#TODOS SOMOS FAMILIA Los once tipos de familias en México” pag. 26-31 consultado el 13 de agosto del 2017 10:00pm.

- Familia unipersonal: son personas que deciden vivir solas y que realizan actividades que les permita no extrañar compañía.
- Familia de co-residentes: donde dos o más personas viven en un mismo lugar, no tienen un vínculo sanguíneo o de pareja necesariamente.
- Familias reconstruidas: donde una persona o ambas en la relación tienen hijos de matrimonios anteriores teniendo una convivencia con ellos y con los que tiene con la pareja actual.
- Familias con parejas del mismo sexo: cabe destacar que aunque tengan un porcentaje menor es un gran impacto que se ha tenido con respecto a este tipo de familias, de las cuales tres de cada cuatro están conformadas por hombres.
- Familia formada por padre e hijos: comúnmente son padres que quedan viudos o buscaron la custodia de los hijos al divorciarse.

Como se puede apreciar en el esquema ya no solo se ve la típica familia de madre-padre-hijos, por lo tanto, ya no son ambos progenitores los encargados de la enseñanza básica, entran en juego solo uno de ellos, como se ve en la gráfica quien tiene mayor porcentaje son madres solteras o incluso los otros familiares ya sean abuelos, tíos, hermanos quienes se pueden encargar de dicha tarea como puede ser el caso de las familias extensas.

En el siguiente apartado se hablará del contexto en el cual son educados los niños con respecto a los valores y la moral.

### **2.3 DESARROLLO MORAL DEL NIÑO**

Durante el desarrollo de un niño, este experimenta diferentes situaciones de las cuales los padres son parte fundamental, ya que se les enseña lo bueno de lo malo, según la perspectiva de estos, aun así, el niño tiene que enfrentarse a problemáticas donde se encuentra el sólo y de ahí adquiere otras enseñanzas.

Con respecto a los valores y la parte moral se debe tener en cuenta que el niño necesita una guía, la cual él encuentra, principalmente, en la familia.



“La adquisición de buenos valores depende, como casi todo en la vida de nuestro hijo, de sentirse querido y seguro, de desarrollar lazos estables con sus padres y de tener confianza en sí mismo.”<sup>49</sup>

Las acciones donde se ponen en práctica los valores son observadas por los niños para después ponerlas en práctica.

Por ello si un niño no ve reflejado los valores en sus padres o la persona que lo eduque no puede aprenderlos, llegando a tener otro tipo de enseñanzas como la violencia.

“Los valores tienen carácter pedagógico y la educación en valores, se adecua al modo humano de perfeccionarse, permitiendo que la educación se muestre siempre como esa ayuda que beneficia al hombre en cada conducta práctica.”<sup>50</sup>

La fundación Educadores sin Fronteras presentó un nuevo estudio sobre convivencia escolar, entrevistó en línea a 6 mil 180 alumnos de primaria y secundaria. El 38% reconocieron ser castigados por su familia con golpes con algún objeto duro, tales como cinturones o varas. De estos, el 43% son agresores o víctimas de sus compañeros en la escuela.<sup>51</sup>

Por ejemplo, el pasado 28 de abril del 2016 dieron la noticia de que un niño de once años murió a causa de golpes que le dieron sus compañeras de clase afuera de la escuela primaria Felipe Tzintzun, ubicada en el pueblo de Opopeo, en el municipio de Salvador Escalante, Michoacán.<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> FRANCO Ortiz, Itziar, “Qué son los valores y por qué son tan importantes en la educación” en <http://www.solohijos.com/web/que-son-los-valores-y-por-que-son-tan-importantes-en-la-educacion/> consultado el 5 de abril de 2016, 9:25 pm

<sup>50</sup> TOURIÑÁN López, José Manuel, “Educación en valores, educación intelectual y formación para la convivencia pacífica” España, Ed. NETBIBLO, S, L., 2008, p. 13.

<sup>51</sup> ANIMAL POLITICO (on line) <http://www.animalpolitico.com/2014/06/ninos-que-sufren-bullying-tambien-son-maltratados-en-casa/> consultado el 5 de abril de 2016, 10:15 pm, “43% de niños que son maltratados en casa, agreden o son agredidos en la escuela”, Majo Siscar, 27 de junio del 2014.

<sup>52</sup> Excelsior (on line) <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/04/28/1089459> consultado el 29 de abril del 2016 8:30pm. Sección: Nacional, “Niñas matan a golpes a un compañero en primaria de Michoacán”, Redacción, 28 de abril del 2016

La familia desconoce la causa del ataque y destacan que el niño nunca comentó o dio señas de que sufriera algún tipo de abuso escolar.

También en 2014 Diego “N” de nueve años de edad, quien cursaba quinto grado en la primaria José María Mata que se encuentra en la Colonia del Valle, fue acusado por sus compañeros y maestros de ejercer violencia escolar.

Golpes, agresiones verbales e incluso tocamientos fueron las principales quejas en contra del estudiante, cuyos actos según los denunciantes, han sido ignorados por las autoridades de la escuela pública.<sup>53</sup>

En estos casos se hace presente la palabra Bullying, este es un acoso que se presenta en el ámbito escolar (dentro del aula o en el patio de la escuela), se puede dar de manera física y emocional, donde encontramos a un acosador y un acosado.

“El agresor o acosador molesta a su víctima de distintas maneras, ante el silencio o la complicidad del resto de los compañeros. Es habitual que el conflicto empiece con burlas que se vuelven sistemáticas y que pueden derivar en golpes o agresiones físicas.”<sup>54</sup>

Como se ve los niños ahora ejercen una violencia y una falta de valores que ya fueron analizados como la tolerancia, respeto, no tienen responsabilidades por sus actos y no reconocen a la autoridad. Por ello no se da una adecuada formación de valores.

Puntualizando los valores deben ser retomados por los padres primero para que el niño pueda aprenderlos y ponerlos en práctica dentro del ámbito escolar como en su vida en general.

---

<sup>53</sup> Excelsior (on line) <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/08/21/977433> consultado el 29 de abril del 2016 9:00pm. Sección: Comunidad, “Niño de nueve años hace 'Bullying' a compañeros y maestros”, Jorge González, Gerardo Jiménez, María Fernanda Navarro y Filiberto Cruz, 21 de agosto del 2014

<sup>54</sup> ARCHIVO PDF <http://www.educadoressinfronteras.mx/libros%20investigaciones%20realizadas/Investigaci%C3%B3n%20sobre%20bullying%20en%20escuelas.pdf> Sierra Mendoza, Cosette Guadalupe, “Investigación sobre bullying en las escuelas” consultado el 15 de mayo del 2016, 9:30pm.

“Ciertas pruebas indican que, hasta los siete años, el niño está más influido por los adultos que después de los trece.”<sup>55</sup>

Si ya que es el momento de su educación donde se le enseñan los valores, lo que es correcto y lo que no. El niño al comenzar a vivir se llena de todas estas enseñanzas, pero ya a determinada edad comenzara a tener su propio aprendizaje de manera empírica y finalmente lo unirá con lo que sus padres le enseñaron (o la persona que lo haya criado)

“Como afirma Kardiner, existe un tipo de personalidad básica reflejo de una cultura o de un grupo nacional dado, será resultado de experiencias tempranas comunes”<sup>56</sup>

- a) Que la tradición cultural determinará las lecciones que enseñará el padre al hijo.
- b) Que las distintas culturas tendrán lecciones diferentes que enseñar y modos distintos de enseñarlas.
- c) Que la experiencia ejerce un efecto perdurable sobre la personalidad del niño.
- d) Que experiencias similares producirán personalidades análogas.

También dentro de La Constitución Nacional de México el artículo 3° es el que regula la educación habla sobre valores, aunque no explícitamente, pero Latapí presenta un cuadro destacando lo que dice en materia de valores:

---

<sup>55</sup>ROSS, Raymond S., “Persuasión. Comunicación y relaciones interpersonales.”, México, Editorial Trillas, 1983, pag. 55

<sup>56</sup>Ibid, pag. 44

**\*Los valores en el artículo 3° constitucional**

- a) Desarrollo armónico de las facultades del ser humano
- b) Primacía del conocimiento científico y laicismo
- c) Nacionalismo y amor a la patria

- Compresión de nuestros problemas
- Defensa de nuestra independencia política y promoción de la economía

- Aprovechamiento de nuestros recursos
- Continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura
- Solidaridad internacional
- Autoridad social del Estado

- d) Democracia como mejoramiento económico, social y cultural

- Dignidad de la persona
- integridad de la familia
- interés general de la sociedad
- Igualdad de derechos
- Justicia

*Cuadro obtenido de: LATAPÍ Sarre, Pablo, "El debate sobre los valores en la escuela mexicana", México, Fondo de cultura, 2003, p.22*

Destaquemos que en el año 2013 el presidente Enrique Peña Nieto implementó una reforma educativa, la cual fue aceptada por la cámara de diputados, que a continuación se presenta una infografía de lo que pretende hacer.

# REFORMA CONSTITUCIONAL EN MATERIA EDUCATIVA

**REFORMA CONSTITUCIONAL EN MATERIA EDUCATIVA**

El Estado debe garantizar CALIDAD y EQUIDAD

Se incluyó el papel fundamental de LOS MAESTROS en la educación

El Ejecutivo Federal, en coordinación con las autoridades educativas locales, determinará LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIOS, con la participación de MAESTROS Y PADRES DE FAMILIA.

Para que los alumnos APRENDAN MÁS Y MEJOR.

SE ESTABLECE EL SERVICIO PROFESIONAL DOCENTE EN LA CONSTITUCIÓN

CAPACITACIÓN FORMACIÓN EVALUACIÓN

A maestros, directores, supervisores e instalaciones

SE CREA EL SISTEMA NACIONAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA

Aportará lineamientos y directrices

Apoyará a maestros para el desarrollo de fortalezas y superación de debilidades

Evaluará la calidad de:

- Maestros, Directores y Supervisores.
- Instalaciones
- Planes, Programas, Métodos y Materiales Educativos

CENSO

Se hace CENSO para saber CUANTAS ESCUELAS, MAESTROS Y ALUMNOS hay en México y con esa información crear el SISTEMA DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA.

Habrán una COMUNICACIÓN DIRECTA entre los directores de escuela y las autoridades.

Habrán más ESCUELAS DE TIEMPO COMPLETO que operen entre 6 y 8 horas diarias, para impulsar el DESARROLLO ACADÉMICO, DEPORTIVO Y CULTURAL de LOS ALUMNOS.

SE PROHIBE LA VENTA de alimentos que NO FAVOREZCAN la salud de los alumnos.

Se suministrará ALIMENTOS NUTRITIVOS a los alumnos de escuelas ubicadas en zonas con índices de pobreza y marginación.

NO DEBE DE HABER PRIVILEGIOS por motivos de raza, religión, sexo o preferencias.

AUTONOMÍA DE GESTIÓN ESCOLAR

Los DIRECTORES y los PADRES podrán tomar DECISIONES que mejoran las instalaciones y cuentan con los recursos necesarios para hacerlas.

SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL

Mejorar Convivencia Respeto a la Diversidad Cultural Integridad Familiar Interés Cultural General

MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD

El Estado debe garantizar CALIDAD y EQUIDAD

Se incluyó el papel fundamental de LOS MAESTROS en la educación

CALIDAD EQUIDAD PROFESORES CAPACITADOS

El Ejecutivo Federal, en coordinación con las autoridades educativas locales, determinará LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIOS, con la participación de MAESTROS Y PADRES DE FAMILIA.

Para que los alumnos APRENDAN MÁS Y MEJOR.

SE ESTABLECE EL SERVICIO PROFESIONAL DOCENTE EN LA CONSTITUCIÓN

CAPACITACIÓN FORMACIÓN EVALUACIÓN

A maestros, directores, supervisores e instalaciones

SE CREA EL SISTEMA NACIONAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA

Aportará lineamientos y directrices

Apoyará a maestros para el desarrollo de fortalezas y superación de debilidades

Evaluará la calidad de:

- Maestros, Directores y Supervisores.
- Instalaciones
- Planes, Programas, Métodos y Materiales Educativos

La siguiente infografía fue obtenida de <http://www.presidencia.gob.mx/reformaeducativa/> del lado izquierdo se encuentra completa, pero por cuestiones prácticas se muestra en dos partes.



Se hará **CENSO** para saber **CUÁNTAS ESCUELAS, MAESTROS Y ALUMNOS** hay en México y con esa información crear el **SISTEMA DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA**.

Habrà una **COMUNICACIÓN DIRECTA** entre los **directores de escuela** y las autoridades.



Habrà más **ESCUELAS DE TIEMPO COMPLETO**, que imparten entre 6 y 8 horas diarias, para impulsar el **DESARROLLO ACADÉMICO, DEPORTIVO Y CULTURAL DE LOS ALUMNOS**.

Se **PROHÍBE LA VENTA** de alimentos que **NO FAVOREZCAN** la salud de los alumnos.

Se suministrarán **ALIMENTOS NUTRITIVOS** a los alumnos de escuelas ubicadas en zonas con índices de pobreza y marginación.



**NO DEBE DE HABER PRIVILEGIOS** por motivos de raza, religión, sexo o preferencias.

## AUTONOMÍA DE GESTIÓN ESCOLAR

Los **DIRECTORES** y los **PADRES** podrán tomar **DECISIONES** para mejorar las instalaciones y contarán con los **recursos necesarios** para hacerlo.



## SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL



Mejorar  
Convivencia



Respetar la  
Diversidad Cultural



Integridad  
Familiar



Cuidar el  
Interés General

**MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD**

MÉXICO  
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



“Entonces podríamos resumir la reforma educativa propuesta cómo: Desarrollo Sustentable, como resultado de aplicar la responsabilidad social empresarial, la competencia de las personas y la innovación.”<sup>57</sup>

Estos temas que implementa la reforma implican un apoyo de la familia junto a la escuela para que se puede llegar a una educación de calidad, uno de sus puntos es que las escuelas sean de tiempo completo, esto viene con una carga extra de trabajo para los profesores, por lo tanto, éstos deben tener en cuenta aún más los valores en el aula ya que hay más tiempo de convivencia entre los niños y el profesor.

Otro punto que se resalta en esta reforma es la aplicación de evaluaciones a los profesores para que estén capacitados, para lo cual dice se les brindara conferencias, esto con el propósito de que los niños aprendan y tengan un mejor entendimiento.

Con respecto a la integración que debe tener la familia dentro de la escuela Latapí plantea:

“La escuela debe procurar obtener la colaboración de la familia con el fin de que los niños y jóvenes no experimenten conflictos de incongruencias que no puedan superar; asimismo deberá desarrollar en los educandos, conforme a su edad, un sentido crítico respecto a las influencias extraescolares a las que están continuamente expuestos.”<sup>58</sup>

Como se ve el autor ya había trazado esto y la reforma plantea esta integridad dentro de las escuelas y de lo que se les enseñara a los niños, por lo tanto, como se mostró en el cuadro de limites/normas en el punto anterior, debe haber

---

<sup>57</sup> ARCHIVO PDF [http://www.chi.itesm.mx/icm/wp-content/uploads/2014/12/1654695\\_LA\\_NUEVA\\_REFORMA\\_EDUCATIVA\\_MEXICANA.pdf](http://www.chi.itesm.mx/icm/wp-content/uploads/2014/12/1654695_LA_NUEVA_REFORMA_EDUCATIVA_MEXICANA.pdf) Irma Judith Ruiz Rodríguez, Manuel Ricardo campos Sandoval, Maria Susuky Soto Armendáriz, Omar Adalberto Gutiérrez González, “LA NUEVA REFORMA EDUCATIVA MEXICANA UNA OPCION PARA EL CRECIMIENTO EN MEXICO” consultado el 17 de mayo del 2016, 10:39pm.

<sup>58</sup> LATAPÍ Sarre, Pablo, “El debate sobre los valores en la escuela mexicana”, México, Fondo de cultura, 2003, p. 97

congruencia, con ello se lograría complementar lo que se ve en casa y reforzarlo en la escuela.

Por ejemplo, si un niño en su casa lo enseñan a hacer sus tareas en cierto horario, dentro de la escuela podrá adaptarse al horario establecido por el profesor, más tratándose ya de una escuela de tiempo completo.

Dentro de este desarrollo moral del niño, debe haber una evaluación constante por parte de las autoridades que se encuentran dentro de la vida del infante que son: la familia (quien los cría) y la escuela (el profesor), esta evaluación reforzará los aprendizajes y valores que se pretenden enseñar.

Por otro lado, estas autoridades deben ser los ejemplos a seguir, por tanto, se debe actuar como quieren que el niño actúe, de manera positiva, con valores, esto trae consigo un desenvolvimiento aceptado por la sociedad que los rodea.

En el siguiente punto se pretende dar un contexto que abarcará las generaciones que marcaron a una sociedad, por las enseñanzas que tuvieron, mostrando así una evolución de las familias y su manera de crianza.

### **2.3.1 DIFERENCIA GENERACIONAL**

Dentro de la sociedad hay distintos tipos de factores económicos, políticos y sociales que afectan a los individuos de manera que comparten características que permiten identificarlos, por ello se les confiere un nombre y son conocidos como generaciones. Se abarcan cinco que marcaron un cambio en la forma de educación.

#### **2.3.1.1 “SILENCIOSA”, “BABY BOOMERS”, “X”, “MILLENNIALS” Y “Z”**

**La generación silenciosa** son aquellos que vivieron la segunda guerra mundial y la guerra fría.



“Se les llama generación silenciosa a los nacidos entre 1935 y 1950 y son aquellas personas que aprendieron a ahorrar con base en su trabajo, a ser empleados obedientes y a aceptar una disciplina estricta.”<sup>59</sup>

Tanto en su trabajo como en su familia se veía reflejado este estilo estricto, así enseñaban a sus hijos a obedecer, pero sobre todo tener respeto por sus padres, tíos y abuelos. Ellos trabajaron en los 50’s, 60’s y 70’s.

A esta generación se le dio este nombre ya que su modelo era: pocas palabras – autoridad total, quien la ejercía era el padre, solo él aplicaba castigos, permisos y regía con mano dura no solo con sus hijos si no también con su pareja. Otra característica es que usaban la violencia física como castigo.

Su sentido de responsabilidad era tan emblemático que rara vez faltaban al trabajo o cualquier actividad que desempeñaran, y cumplían cualquier acuerdo de palabra que tenían, simplemente un apretón de manos bastaba para que fuera formal y lo acordado se cumplía. Todo su entorno estaba dirigido por la disciplina. Estaban acostumbrados a sacrificar algunos lujos prefiriendo la gratificación del trabajo.

Esta generación, conformada por los nacidos entre 1925 y 1945 fue ya definida por la revista Time, en 1951, de la siguiente forma:

“La juventud de hoy en día está a la espera de que la suerte les toque el hombro, mientras tanto trabajan bastante duro y sin decir casi nada. El hecho más sorprendente de la generación más joven es su silencio. Con algunas raras excepciones, la juventud no está cerca de la tribuna pública. En comparación con la ‘juventud enardecida’ de sus padres y madres, la generación más joven es una pequeña llama. No emite manifiestos, no hace discursos ni lleva carteles. Se le ha llamado Generación Silenciosa”.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup>AMAYA Guerra, Jesús y PRADO de Amaya, Evelyn, “Padres obedientes hijos tiranos”, México, Ed. Trillas, 2005, p. 16

<sup>60</sup> MERCA 2.0 (on line), <http://www.merca20.com/la-generacion-silenciosa-y-los-comportamientos-que-te-interesan-para-tu-estrategia-de-marketing/> consultado el 18 de abril del 2016 5:30pm, “Generación Silenciosa y los comportamientos que te interesan para tu estrategia de marketing”, León Ale Fran, 02 de enero del 2016

Estas familias al ser numerosas los padres se dedicaban al trabajo duro, eran muy ahorrativos gracias a las carencias de servicios y capitales, por ello cuidaban y administraban muy bien lo que poseían. Al tener una rutina de labor pesada, su demostración afectiva era escasa ya que creían que su amor se demostraba con el trabajo y conseguir mejores condiciones para su familia.

Este hecho conlleva a que sus vacaciones eran limitadas o nulas. Simplemente podían salir cerca al centro de la ciudad o permanecer en casas de otros familiares. Pero gracias a esto y al avance de la tecnología como la llegada de la radio a las casas podían tener un punto de reunión con sus hijos, donde escuchaban las radionovelas como medio de entretenimiento.

**Baby Boomers** son otra generación que a diferencia de la pasada tuvieron una vida estable, ya que crecieron después de la segunda guerra mundial. Esta generación se ubica entre los años 1951 – 1970.

Se caracterizan por desafiar a la autoridad, son optimistas, pueden trabajar en equipo, también esta generación fue marcada por ser más visuales ya que la televisión fue un impacto en estos años.

“En la década de 1960 surgen movimientos de estudiantes exigiendo reconocimiento y respeto a su identidad. Surgen los hippies como una manifestación de rechazo a los valores culturales (autoridad, disciplina y reglas) que predominaban en esa época”<sup>61</sup>

Como se puede ver esta generación pasó por varias transiciones sociales, esto creó poca credibilidad por la autoridad ya que ésta se veía como un punto de poder. También está el inicio del uso de la tecnología permitiendo un mejor conocimiento lo que sucedía a su alrededor.

---

<sup>61</sup>AMAYA Guerra, Jesús y PRADO de Amaya, Evelyn, “Los hijos tiranos llegan a las empresas”, México, Ed. Trillas, 2008, p. 20

“La música de los “Baby Boomers” fue el twist, el rock’n roll, la música inolvidable de Los Beatles y otros grupos musicales tales como los Beach Boys, Chubbie Checker y otros conjuntos que presentaban conciertos donde masas de jóvenes los aclamaban y bailaban a su ritmo.”<sup>62</sup>

También es la generación mayor educada ya que hubo un incremento de muchachos que estaban en la universidad y la mujer empieza a tener un papel más activo dentro de la sociedad ya sea en los ambientes educativos y laborales.

**Generación X** esta generación se caracteriza por tener un nivel educativo alto, las personas pertenecientes a esta generación nacieron entre 1971 – 1985.

Podemos destacar que esta generación es emprendedora y están relacionados con la tecnología.

“Los Gen X son los grandes impulsores de la tecnología, ya que nacieron justo en el boom en el que se dejó de hablar de aparatos eléctricos para hablar de dispositivos electrónicos, pero, aunque gustan por la tecnología, al segmento más longevo de esta generación, el internet, las redes sociales y el comercio electrónico todavía les resulta ajeno.”<sup>63</sup>

Crecieron escuchando Pop, y sonidos Grunge y Underground, artistas como Nirvana, REM, Madona, Michael Jackson y Pearl Jam.

Ellos son los hijos de los Boomers por lo tanto tuvieron un núcleo familiar diferente.

---

<sup>62</sup> Sonia B. F. Arias, “La generación de los Baby boomers” en <http://www.psicologicamentehablando.com/la-generacion-de-los-baby-boomers/> consultado el 17 de mayo del 2016, 11:20 pm.

<sup>63</sup> MERCA 2.0 (on line), <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/2/> consultado el 24 de agosto del 2016 7:30pm, “Conoce las diferencias entre Millenians, Generación X y Baby Boomers”, Perezbolde Guillermo, 16 de diciembre del 2014

“Cuando los Boomers salían de la escuela y llegaban a casa, casi siempre, ahí estaba mamá para recibirlos, darles de comer y vigilarlos. En cambio, cuando un niño X salía de la escuela y llegaba a su casa la mamá estaba ausente”<sup>64</sup>

Estos casos se debían a que en esa época había muchos divorcios, separaciones, más madres solteras que trabajan todo el día, por ello no se encontraban en casa, así los niños de esta época se formaban un carácter solos sin tener un guía a pesar de ello tuvieron la oportunidad de estudiar una licenciatura y buscan incrementar sus conocimientos.

También su forma de pensar es más abierta ya que aceptan la diversidad sexual y aunque no tuvieron un núcleo familiar como los de antes buscan tener equilibrio, también se destacan por dejar un poco de lado lo formal, así tuteando a las personas mayores.

Por el cierto abandono carecen de rituales familiares y sociales, ellos a diferencia de las generaciones pasadas toman festividades como Navidad o Año nuevo como vacaciones, algo de diversión, ya que las otras generaciones estas fechas eran de reuniones familiares con abuelos, tíos, primos etc.

Ya de grandes aspiran a tener puestos importantes como gerencias o directivas que les dejen buenas ganancias, por ello se preocupan por la preparación que tengan y comúnmente consiguen este tipo de puestos entre los 30 y 40 años de edad.

**Millennials** nacidos entre 1986 – 1995 esta generación se considera como nativos digitales ya que tienen mucho apego por la internet y tienen un completo manejo de la tecnología, así las relaciones que tienen pueden hacerlo mediante una pantalla, utilizando múltiples canales como las redes sociales.

---

<sup>64</sup>AMAYA Guerra, Jesús y PRADO de Amaya, Evelyn, “Los hijos tiranos llegan a las empresas”, México, Ed. Trillas, 2008, p. 22

“Son grandes consumidores de video en Internet, ya que les permite consumir el contenido cuando lo desean, situación que los ha alejado de la TV y el radio.”<sup>65</sup>

Debido a estos videos y a que son autodidactas los videos tutoriales son una forma de aprender nuevas cosas y su fuente favorita para tener un mayor conocimiento teniendo en cuenta que gracias a estas plataformas les da sugerencias de acuerdo a los intereses personales. Tienen una mente más crítica y son exigentes, prefieren que todo este personalizado.<sup>66</sup>

Dentro del ámbito social aspiran a terminar una carrera profesional y ejercerla, viajar sin tener ataduras, pero aun así prefieren hacerlo desde casa ya que no les gusta un horario de oficina, por esa razón duran muy poco en sus trabajos de un año a dos máximos.

Esto también se debe a que sus padres trataron de darles lo que ellos carecieron por lo tanto están muy protegidos y disfrutan de privilegios, así como poca disciplina y limites, ya que como se mencionó aún están presentes las separaciones, madres solteras etc. por lo que todo el tiempo están trabajando.

Cabe mencionar que a diferencia de las otras generaciones ellos piensan en planear una familia en un futuro muy lejano, lo tienen presente pero aun así no lo ven como una prioridad.

En el estudio Nielsen Generational Lifestyle Survey.<sup>67</sup> El Estudio Nielsen Global sobre Actitudes Generacionales se llevó a cabo entre el 23 de febrero y 13 de marzo de 2015 y encuestó a más de 30,000 consumidores on-line en 60 países a través

---

<sup>65</sup> MERCA 2.0 (on line), <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/2/> consultado el 24 de agosto del 2016 8:45pm, “Conoce las diferencias entre Millenians, Generación X y Baby Boomers”, Perezbolde Guillermo, 16 de diciembre del 2014

<sup>66</sup> Forbes (on line), <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/> consultado el 26 de agosto del 2016 2:00pm “6 rasfos claves de los millennials, los nuevos consumidores” Gutiérrez Antoni 22 de diciembre del 2014

<sup>67</sup> Archivo PDF <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/latam/docs/reports/2016/EstilosdeVidaGeneracional.es.pdf> Nielsen N.V. “Estilos de vida generacionales” consultado el 26 de agosto del 2016 4:50pm

de Asia-Pacífico, Europa, Latinoamérica, Medio Oriente/África y Norteamérica muestran estos resultados:



Como se puede observar, aunque el porcentaje sea bajo no se descarta la posibilidad de formar una familia, tener casa e hijos.

Pero mientras tanto ellos tienen un apego familiar ya que gracias a sus padres y a la creciente afición de proteger sus derechos olvidando un tanto sus obligaciones por lo que la infancia de los Millennials está llena de tecnología y de una falta de respeto hacia la autoridad que de cierta forma está ausente.

**Generación Z** son todos aquellos nacidos en 1995 – 2000 son jóvenes que están cien por ciento casados con la tecnología, desde una temprana edad están familiarizados con dispositivos donde pueden estar metidos todo el día a la internet.

“Acostumbrados a vivir conectados y “en tiempo real”, son impacientes y ansiosos, esperan respuestas cada vez más rápidas en todos los ámbitos.”<sup>68</sup>

Son personas creativas que pueden hacer las cosas por ellos mismos, el tener acceso a toda esta tecnología les ha traído herramientas para que puedan desenvolverse y poder solucionar lo que se les presente. Trabajan para tener un éxito personal y se caracterizan por ser creativos.

Al tener esta independencia que les da la tecnología pueden crearse opiniones por toda la información que tienen también por ello no buscan un trabajo fijo.

Cabe destacar que la relación que tienen con sus padres es amistosa y cercana, los padres intentan establecer relaciones sólidas con ellos, ya que ellos vivieron divorcios o vienen de un hogar donde solo existía una madre soltera.

Aun así, hay un choque de opiniones con respecto al valor que se le da como autoridad al padre ya que a pesar de tener esta relación ellos tienen un cierto abandono.

---

<sup>68</sup> Forbes (on line), <http://www.forbes.com.mx/la-z-una-generacion-con-influencia-incalculable/> consultado el 28 de agosto del 2016 4:00pm “La Z ¿una generación con influencia incalculable?” Gutiérrez Antoni, 27 de octubre del 2015

“Muchos de ellos han sido criados por sus abuelos, empleadas, o pasan buena parte del tiempo extraescolar solos. La TV e Internet son una gran compañía, y también el teléfono celular, que, si bien les da "cierta independencia", también los mantiene dependientes de sus padres hasta más allá de la adolescencia.”<sup>69</sup>

En cuestiona académica ellos exigen retos que involucren la tecnología de por medio, por lo cual los docentes deben aprender a usar las nuevas tecnologías si quieren entender y hacer a que estos alumnos demandantes presten atención a sus clases.

Podemos ver que ahora ya los profesores pueden mandar avisos por medio de Facebook o las tareas que deben realizarse, no solo eso, esta generación ya puede tener acceso a libros digitales que dejan a un lado actividades que antes eran comunes como ir a la biblioteca, ahora ya tienen todo a la mano por ello requieren de “nuevos retos”.

“Maite Palomo, profesora de Recursos Humanos del ESIC, señala que «son sociables, pero tienen poca inteligencia social. Son poco empáticos [...] están menos adaptados a las situaciones sociales para relacionarse personalmente con otros». Eligen con quien relacionarse en función de sus afinidades, sin importarles la proximidad física o de edad.”<sup>70</sup>

Por ello no es seguro que puedan pensar en un futuro con familia, posiblemente lo consideren, pero al igual que la generación pasada deber ser algo en un futuro muy lejano. Al tener poca interacción con otras personas de manera física y no on line pueden dejar pasar comportamientos sociales establecidos por ejemplo no responder un saludo o hablar de la misma forma en la que están acostumbrados en redes sociales.

---

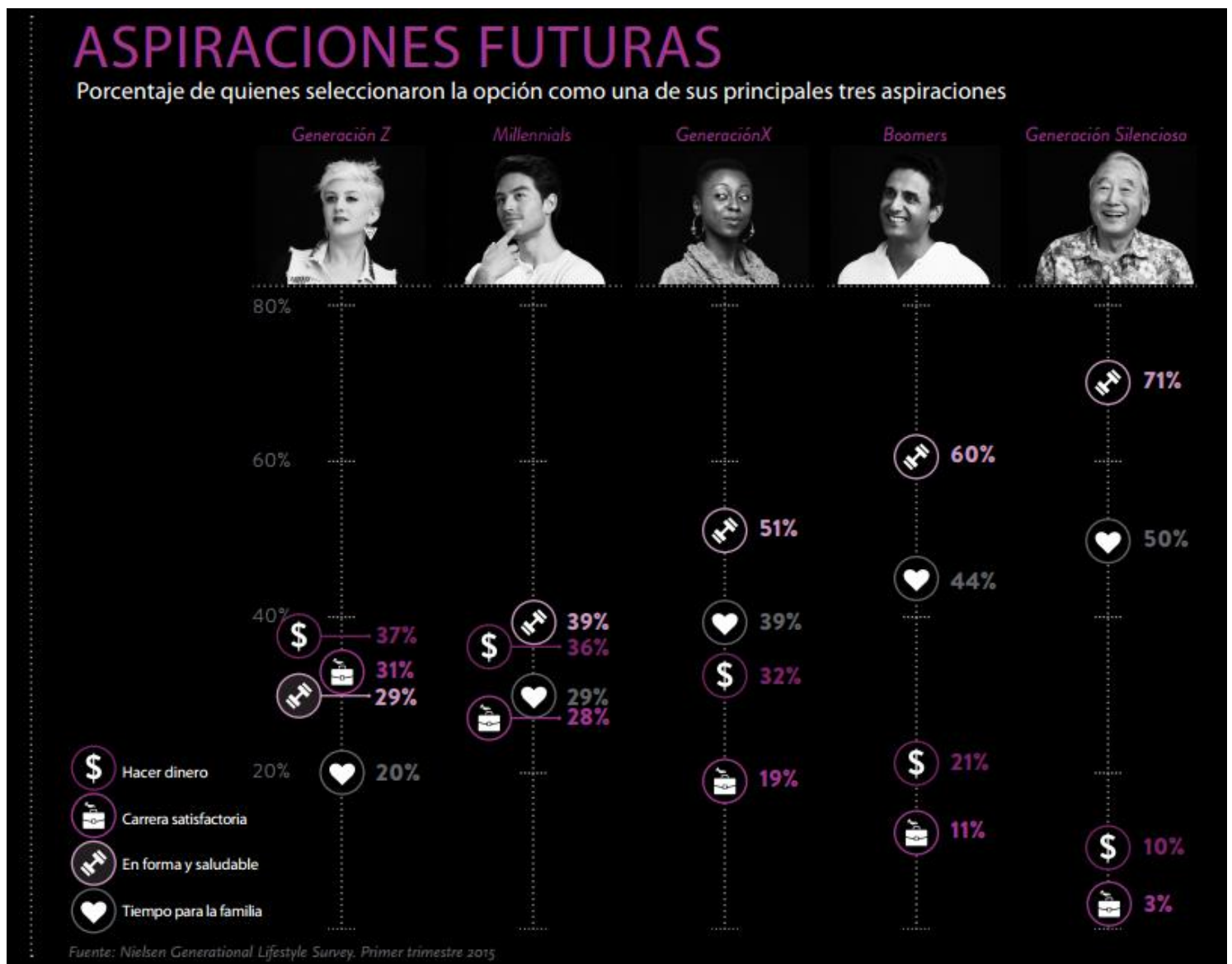
<sup>69</sup> ARCHIVO PDF [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2255\\_pg.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/2255_pg.pdf) Sandra Di Lucca “El comportamiento actual de la Generación Z en tanto futura generación que ingresará al mundo académico.” Consultado el 28 de agosto del 2016 5:30pm

<sup>70</sup> <sup>70</sup> Forbes (on line), <http://www.forbes.com.mx/la-z-una-generacion-con-influencia-incalculable/> consultado el 28 de agosto del 2016 6:10pm “La Z ¿una generación con influencia incalculable?” Gutiérrez Antoni, 27 de octubre del 2015



Al igual un problema con esta generación es la dependencia a dispositivos y la diferencia de necesidades, antes el celular era necesario para hacer llamadas ahora ellos lo necesitan para estar totalmente conectados en sus redes sociales e internet.

Retomando el estudio ya mencionado de Nielsen Generational Lifestyle Survey a continuación se muestra las aspiraciones futuras que tienen cada una de las generaciones indicadas:



Como podemos notar cada una de las generaciones fue creciendo con diferentes valores inculcados en la familia, pero al paso de los años fueron cambiando, tomemos en cuenta estos nuevos modelos de familias que dejaron de ser mamá y papá e hijos sino que también tuvieron cambios que provocaron una diferencia de pensamientos y de la forma en que se educaron a las generaciones siguientes, no dejemos de lado el contexto que se presentaba en el mundo y el avance que tuvo con respecto a la tecnología.

También debemos fijarnos en la nueva generación donde ya los niños saben utilizar celulares desde una temprana edad, por ello en el siguiente capítulo se presentará una propuesta de campaña para ayudar a los padres a retomar valores con una adecuada comunicación.

### **CAPÍTULO 3. PROPUESTA DE CAMPAÑA PARA FOMENTAR EL RESPETO EN NIÑOS**

Este capítulo estará dedicado a la presentación de la propuesta de una campaña social que retomará los valores en los niños, siendo un apoyo para los padres para que puedan incluirlos de manera adecuada en la vida diaria, causando así un cambio positivo en los niños.

#### **3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La investigación de mercado permitirá recopilar toda la información necesaria de la problemática que se está tratando, para darle un análisis adecuado y así poder saber cuál es la mejor vía para cumplir el objetivo que se tiene de esta campaña.

##### **❖ Objetivo general**

Apoyar a los padres para que sus hijos puedan retomar valores y concienciar al público objetivo que desde a temprana edad se deben incluir en el proceso de formación dentro del ámbito familiar.

## ❖ Planteamiento del problema

En México según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) 228 mil 185 niños de 6 a 12 años tienen comportamientos violentos en la escuela primaria.<sup>71</sup>

Hace ya algunos años se han dado casos donde es el niño el que presenta actitudes violentas, de un comportamiento arrogante y de falta de respeto hacia los profesores, compañeros e incluso hacia sus propios padres esto debido a distintos factores que van desde el hogar teniendo el principal: falta de valores.

Algunos niños llegan a ser un gran problema ya que no están acostumbrados a ciertas acciones que indiquen respeto por una autoridad y al crecer se enfrenta con otros problemas como intolerancia, falta de responsabilidad, como otras que incluye a toda la sociedad.

Tomando en cuenta factores como la nueva formación familiar donde la cabeza de la familia es diferente, simplemente según datos del INEGI el 31% de los hogares son liderados por mujeres y el otro 69% por hombres.

Factores sociales, tecnológicos y culturales, como la televisión, los videojuegos, falta de atención por los papás o por el contrario toda la atención de estos, influyen en una mala formación de valores, causando también una dependencia hacia sus padres o las personas que resuelven todos sus problemas.

Si se da una adecuada comunicación entre el profesor, el o los padres y el niño se puede solucionar este problema teniendo beneficio tanto en el ámbito familiar y escolar como personal del niño que podrá desarrollarse mejor dentro de la sociedad para ser una persona productiva, que tenga la capacidad de sobrellevar problemas de la vida cotidiana.

---

<sup>71</sup> CNN México, <http://mexico.cnn.com/nacional/2013/12/23/los-casos-de-bullying-en-mexico-aumentan-10-en-dos-anos>, consultado 26 de marzo del 2016 10:05pm

### ❖ **Hipótesis**

Los padres saben que son los valores o tienen idea, pero no saben cómo inculcarlos a una temprana edad ya que no tiene presente cuáles son los más importantes o necesarios.

### ❖ **Metodología**

Se aplicarán encuestas de tipo mixto para conocer lo que saben los padres sobre valores y qué opinión tienen de estos, también la percepción sobre el deber de los padres en general.

### ❖ **Justificación**

Se aplicarán este tipo de metodología ya que era preciso saber si los padres tienen conocimiento sobre qué son los valores y cuáles consideran los más importantes, por lo tanto los que deben ser inculcados a sus hijos.

### ❖ **Detalle de la aplicación de la metodología**

Se aplicó la encuesta a los padres de familia de la escuela primaria Profesor Braulio Rodríguez que está ubicada en la colonia San Lorenzo Xicotencatl en la delegación Iztapalapa.

De una manera cortés se les pidió contestar las encuestas en lo que la escuela abría sus puertas para dejar pasar a los niños, tanto en el turno de la mañana en un horario de 7:00 am a 9:00 am mientras terminaban de contestar como en la tarde de 2:00 pm a 4:00 pm.

Se tenía pensado aplicar un total de 150 encuestas de las cuales solo fueron contestadas 32 esto debido a que los padres daban respuestas negativas como:

*No tengo tiempo*, aun así, se quedaban todavía después de que la escuela cerraba sus puertas para platicar con otros padres, e incluso hablar sobre sus conversaciones por WhatsApp o imágenes graciosas que encontraban en Facebook.

*No me interesa*, esto contestaban después de leer la primera pregunta era ¿Qué entiende por valores? Por lo que se deja ver la importancia que le pude llegar a dar a estos.

*Como estoy segura/o de si realmente es tu tarea*, se les explicó el motivo de la investigación y se mostró la credencial de la Facultad, la examinaban, pero su respuesta siguió siendo no.

*No tengo tiempo debo ir a trabajar*, ya que tenían prisa algunos padres incluso se iban antes de que abrieran las puertas por lo cual los niños se quedan solos esperando cerca de los múltiples puestos de comida que se ponen cerca de ésta.

En el tiempo de espera para la aplicación de las encuestas se observa que los padres tienen conversaciones que incluye el trabajo de los profesores y la directora haciendo comentarios tanto negativos como positivos.

Otros simplemente observan cuando su hijo/a ya entro y se retiran, mientras que un gran porcentaje de las madres se quedan platicando y una que otra aprovecha para hacer negocios como vender o realizar las famosas tandas.

Otro punto que se destacó en esta observación es que algunas madres regañaban a sus hijos por algún aviso que estaba pegado en la puerta ya que éstos no les habían comentado llegando a ofenderlos delante de los demás padres y alumnos.

### 3.1.1 MODELO DE ENCUESTA



Universidad Nacional Autónoma de México  
Facultad de ciencias Políticas y Sociales



La presente encuesta, realizada por la alumna Liliana Santiago Cervantes de licenciatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, dirigida a hombres y mujeres en el Distrito Federal, tiene como objetivo conocer la opinión de los padres acerca de los valores y la importancia de estos en los niños.

Instrucciones:

Esta encuesta es de tipo mixta (preguntas dirigidas y abiertas), responda de acuerdo a lo que realmente piensa, de manera clara y concreta. Sea lo más honesto/a posible

Sexo: F\_ M\_

Edad:

Escolaridad:

Ingresos mensuales aproximados

1. 1,800 a 2,800
2. 2,2800 a 4,500
3. 4,500 a 6, 800
4. 6, 800 a 8, 000
5. 8,000 o más

1. ¿Qué entiende por valores?

---

---

---

2. ¿Cuáles considera los más importantes?

---

---

---

3. Aquí hay una lista de las cualidades que se pueden promover en los niños en el hogar ¿Cuál considera especialmente importante? No escoja más de cinco opciones.

Buenos modales	
Independencia (valerse por sí mismo)	
Ser muy trabajador	
Sentido de responsabilidad	
Imaginación	
Tolerancia y respeto por los demás	
Economizar (ahorrar dinero y cosas)	
Determinación y perseverancia	
Creencias religiosas (fe)	
Altruismo (no ser egoísta)	
Obediencia por la autoridad	

4. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor sus opiniones sobre las responsabilidades de los padres respecto los hijos?

- a) El deber de los padres es hacer lo mejor para sus hijos, aun acosta del bienestar de los padres

b) Los padres tienen su vida propia y no se les debe pedir que sacrifiquen su bienestar personal en beneficio de los hijos

c) Ninguna

d) No sabe

¿Por qué?:

---

---

---

5. Que tan de acuerdo se encuentra que el niño/a realice las siguientes tareas del hogar:

	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS-NR
a) Ordenar su pieza y recoger su ropa y toalla					
b) Hacer su cama					
c) Hacer el aseo de la casa					
d) Cuidar a la mascota de la casa y regar las plantas del jardín					
e) Cuidar a su hermano pequeño					
f) Cuidar a su abuelito(a) o a algún familiar que esté enfermo(a)					



6. Pensando en el tiempo libre que tiene el niño/a, ¿Le impone usted algún tipo de restricción u horarios para la realización de...?

	SI hay reglas	NO hay reglas
a) Actividades de estudio/colegio, como hacer trabajos o tareas.		
b) Actividades recreativas al interior del hogar tales como ver TV, internet o videojuegos.		
c) Actividades recreativas fuera del hogar como jugar a la pelota, en la calle, plaza, pasaje		
d) Actividades recreativas de interacción con compañeros, vecinos, etc.		
e) Actividades en relación a tareas del hogar		

7. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones está de acuerdo?

a) Sin importar las virtudes o los defectos que puedan tener nuestros padres, siempre debemos amarlos y respetarlos

b) Uno no tiene el deber de respetar y amar a los padres que no se han ganado este respeto por sus comportamientos y actitudes.

c) Ninguna

d) No se

¿Por qué?:

---

---

---

8. ¿Cuáles son los medios de comunicación que más utiliza?

a) Televisión

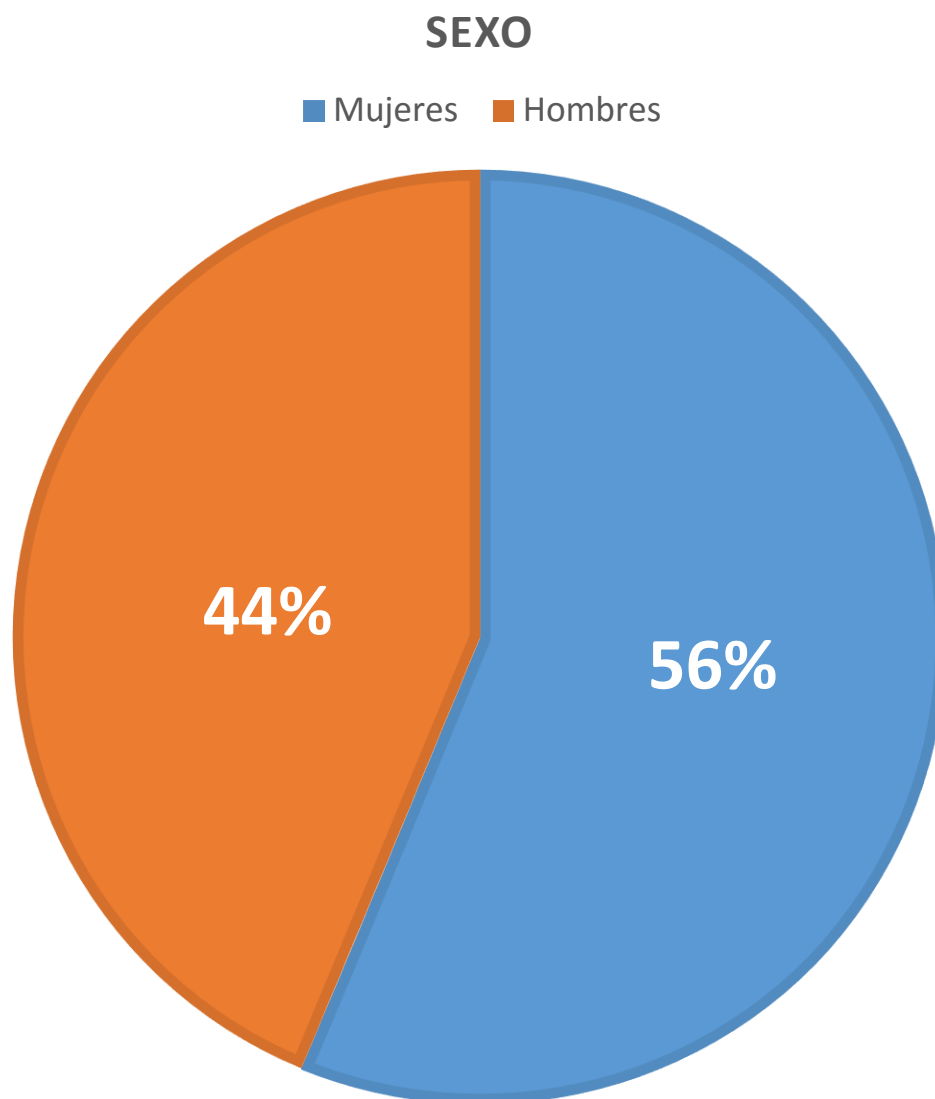
b) Radio

c) Internet

d) Otro \_\_\_\_\_

¡Gracias por tu participación!

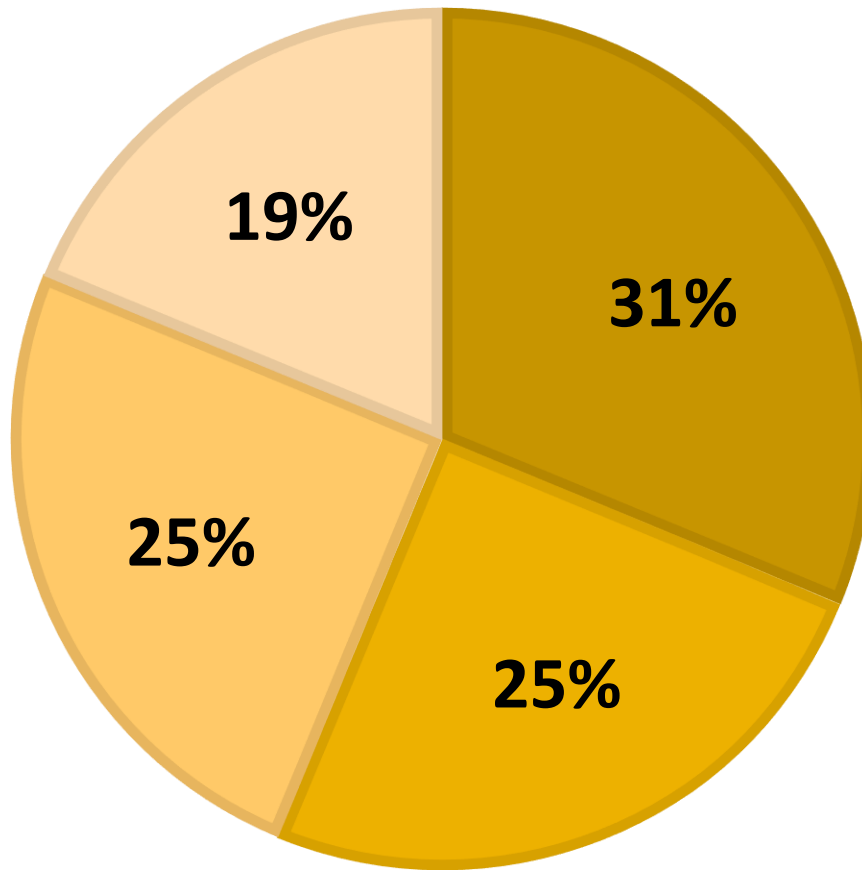
### 3.1.2 RESULTADOS



Se aplicaron en total 32 encuestas donde 18 fueron mujeres y 14 hombres, en la escuela la mayoría de las veces es la madre quien deja al niño. Hubo casos donde ambos eran los que dejaban a su hijo/a

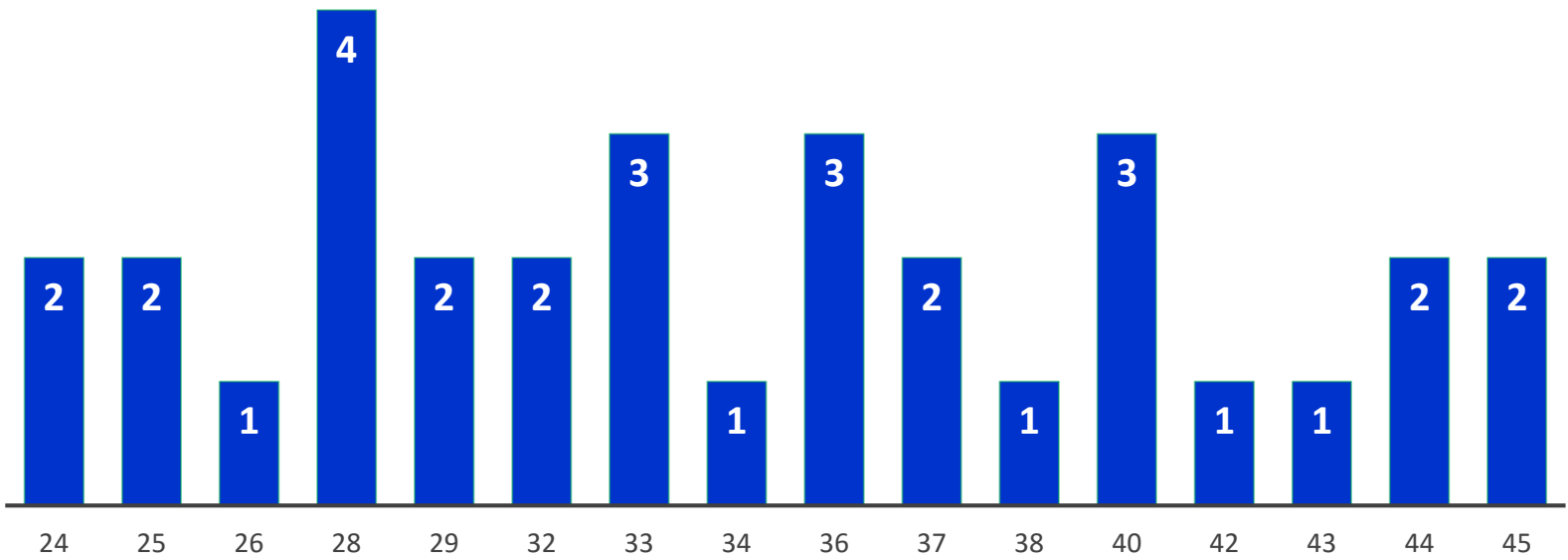
## ESCOLARIDAD

■ Secundaria ■ Bachillerato ■ Licenciatura ■ Carrera Tecnica



Como se puede observar la mayoría de los padres solo tiene el bachillerato e incluso solo la secundaria, son pocos los que tienen una licenciatura o carrera técnica por lo cual su forma de pensar respecto al tema que se está tratando son vistos desde un contexto diferente.

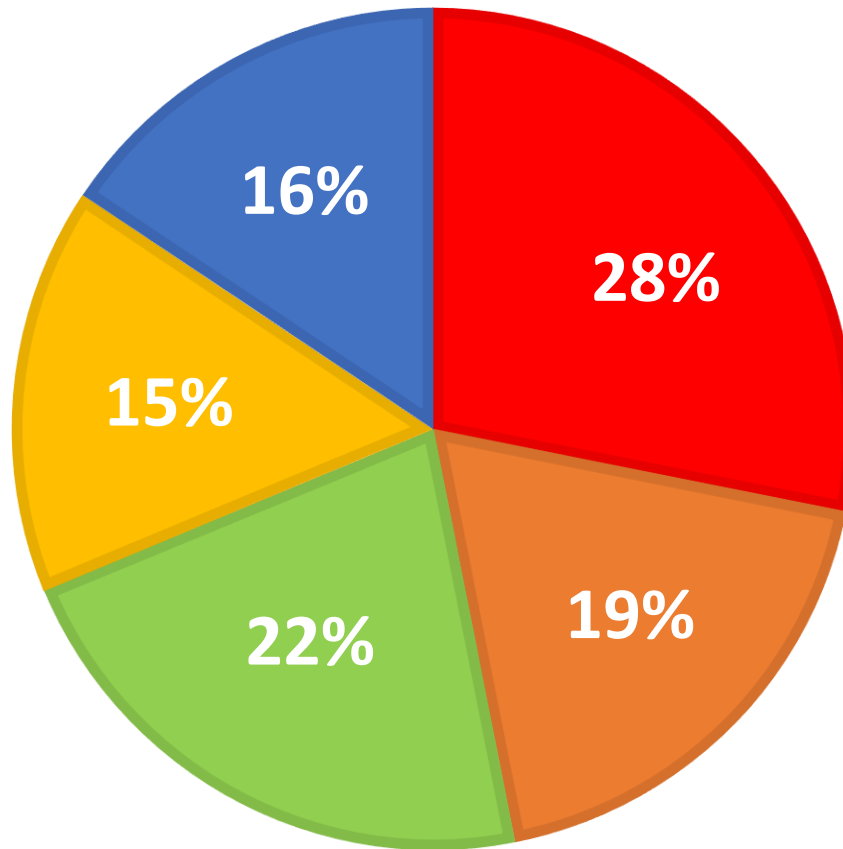
## EDAD



Los resultados arrojan que el rango de edad va desde los 24 hasta los 45 años, donde 28 años es la edad que más sobresale seguido de 40 años. Por lo tanto los padres jóvenes como los más grandes pueden tener diferencias en la educación que puedan aplicar a sus hijos hablando de valores.

## INGRESOS MENSUALES APROXIMADOS

■ 1,800 a 2,800   ■ 2,800 a 4,500   ■ 4,500 a 6,800   ■ 6,800 a 8,000   ■ 8,000 o más



El 28% de los encuestados manejan el mínimo de los ingresos, esto recordando que la mayoría solo tiene la secundaria y bachillerato, aun así, los que tienen una licenciatura pueden tener unos ingresos mayores como se demuestra.

## 1. ¿Qué entiende por valores?

<i>“Son los que nos enseñan en casa”</i>
<i>“Son cosas que nuestros padres nos inculcaron desde niños”</i>
<i>“El valor de la vida misma monetario moralidad salud”</i>
<i>“Valores son los que nos inculcaron nuestros padres”</i>
<i>“Es respetar y tener comunicación con la gente”</i>
<i>“Son cualidades que nos hacen unicos”</i>
<i>“Son los actos que nos hacen mejores personas”</i>
<i>“Son cualidades que cada persona tiene ayudandole hacer mejor ser humano las cuales son practicadas a diario”</i>
<i>“Son principios para crecer como buena persona”</i>
<i>“La integridad”</i>
<i>“Son los que nos proporsionan los padres desde el nacimiento”</i>
<i>“Tener respecto por las personas y ser responsables en lo q´ agamos”</i>
<i>“La formación básica para el desarrollo de su formación”</i>
<i>“Los valores son una serie de actos que definen a una persona si es grosero una persona bien educada etc”</i>
<i>“Son acciones que podemos convertir en habitos para poder ser mejores personas y vivir una vida llena de armonia”</i>
<i>“La forma de hacer las cosas correctamente”</i>
<i>“Son cualidades que nos hacen ser mejores personas y nos permiten una mayor convivencia con las personas que están en nuestro entorno”</i>
<i>“Los que se les inculcan a los niños para ser mejores personas”</i>
<i>“Son los llevamos día con día”</i>
<i>“Es lo que rige buena moral según la sociedad”</i>
<i>“Educación que se da en casa”</i>
<i>“Principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento todo lo que practicamos en la vida cotidiana”</i>
<i>“Todo lo que practicamos en la vida diaria”</i>

<i>“Son los principios educativos personales y sobretodo sociales q se imparten principalmente en casa y se llevan a cabo en el entorno diario”</i>
<i>“Es la forma de llevar una vida y esencial para tu vida y muy importantes”</i>
<i>“Son los principios que definen a una persona en lo familiar, social, laboral, etc. Son impartidos principalmente por el núcleo familiar y social”</i>
<i>“Son principios que se van adquiriendo desde el hogar, la escuela los cuales tiene como finalidad el buen entendimiento entre la sociedad”</i>
<i>“Formas de actuar”</i>
<i>“Son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función en forma de realizamos como personas”</i>
<i>“Son actitudes y aptitudes que podemos adoptar para ser mejores personas”</i>
<i>“Te enseña a ser mejor persona (ser mas humano)”</i>
<i>“Son aquellos que nos permiten convivir con la sociedad”</i>

La mayoría de las respuestas demuestran que consideran los valores como algo positivo, describiéndolos como acciones que los hacen más humanos o que te hacen comportante correctamente ante la sociedad y pone en claro que estos deben ser inculcado por los padres.

## **2. ¿Cuáles considera los más importantes?**

<i>“Comprensión educación”</i>
<i>“Respeto tolerancia comprensión”</i>
<i>“Monetario moral salud”</i>
<i>“Tolerancia respeto”</i>
<i>“Tener respeto a la comunidad y nuestros padres”</i>
<i>“Honestidad, respeto”</i>
<i>“Respeto, honestidad, empatía”</i>
<i>“Respeto, honradez, justicia, amistad, aunque todo valor es igual de importante que los otros”</i>

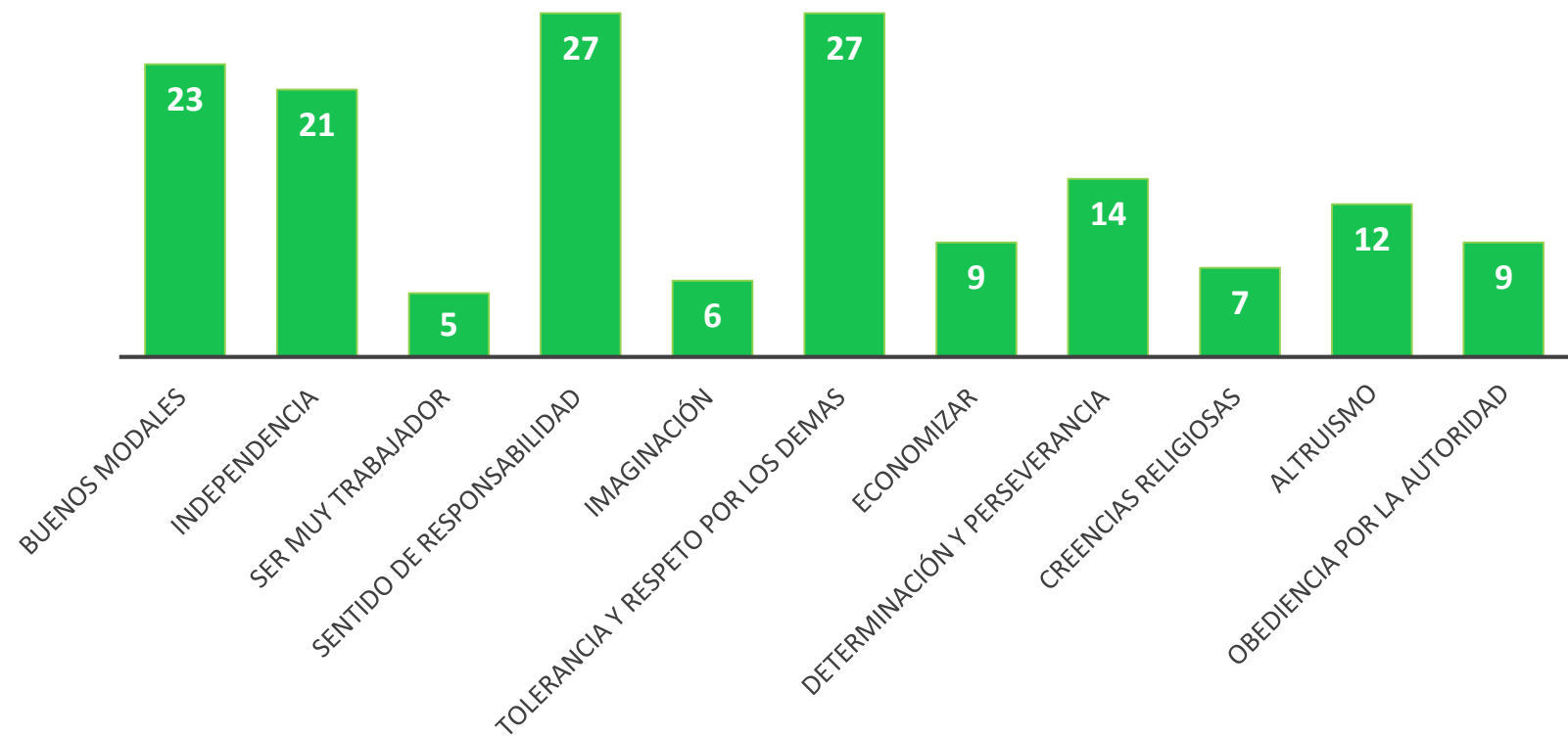


<i>“Respeto, responsabilidad, educación, familia, amor.”</i>
<i>“Honestidad, lealtad, dignidad, humildad, respeto, responsabilidad”</i>
<i>“Honestidad, buenos modales, respeto”</i>
<i>“Honestita, respeto”</i>
<i>“Respeto”</i>
<i>“El respeto”</i>
<i>“Respeto, lealtad, responsabilidad, humildad y tolerancia”</i>
<i>“Respeto a las demás personas, responsabilidad, honestidad, comunicación”</i>
<i>“Respeto, tolerancia, comunicación, generosidad, honradez, responsabilidad”</i>
<i>“Respeto, honestidad”</i>
<i>“El respeto, onestidad, tolerancia”</i>
<i>“Respeto, honestidad y lealtad”</i>
<i>“Respeto, tolerancia”</i>
<i>“Paciencia, honestidad, valentia”</i>
<i>“Respeto, tolerancia, honestidad”</i>
<i>“Respeto, tolerancia, honestidad”</i>
<i>“Respeto, responsabilidad, educación”</i>
<i>“La responsabilidad, la cooperación, el amor, la libertad, la solidaridad y la lealtad”</i>
<i>“Respeto, solidaridad, responsabilidad, amor, equidad, confianza”</i>
<i>“Honradez, confiabilidad, gratitud”</i>
<i>“Respeto, tolerancia”</i>
<i>“Honestidad, libertad, respeto”</i>
<i>“Honestidad, respeto, lealtad”</i>
<i>“Respeto, tolerancia, honradez, honestidad”</i>

Respeto, tolerancia y honestidad, fueron los valores que la mayoría de los padres consideraron importantes, aun así, la mayoría puso otros valores como honradez y lealtad.

**3. Aquí hay una lista de las cualidades que se pueden promover en los niños en el hogar ¿Cuál considera especialmente importante? No escoja más de cinco opciones.**

Buenos modales	
Independencia (valerse por sí mismo)	
Ser muy trabajador	
Sentido de responsabilidad	
Imaginación	
Tolerancia y respeto por los demás	
Economizar (ahorrar dinero y cosas)	
Determinación y perseverancia	
Creencias religiosas (fe)	
Altruismo (no ser egoísta)	
Obediencia por la autoridad	

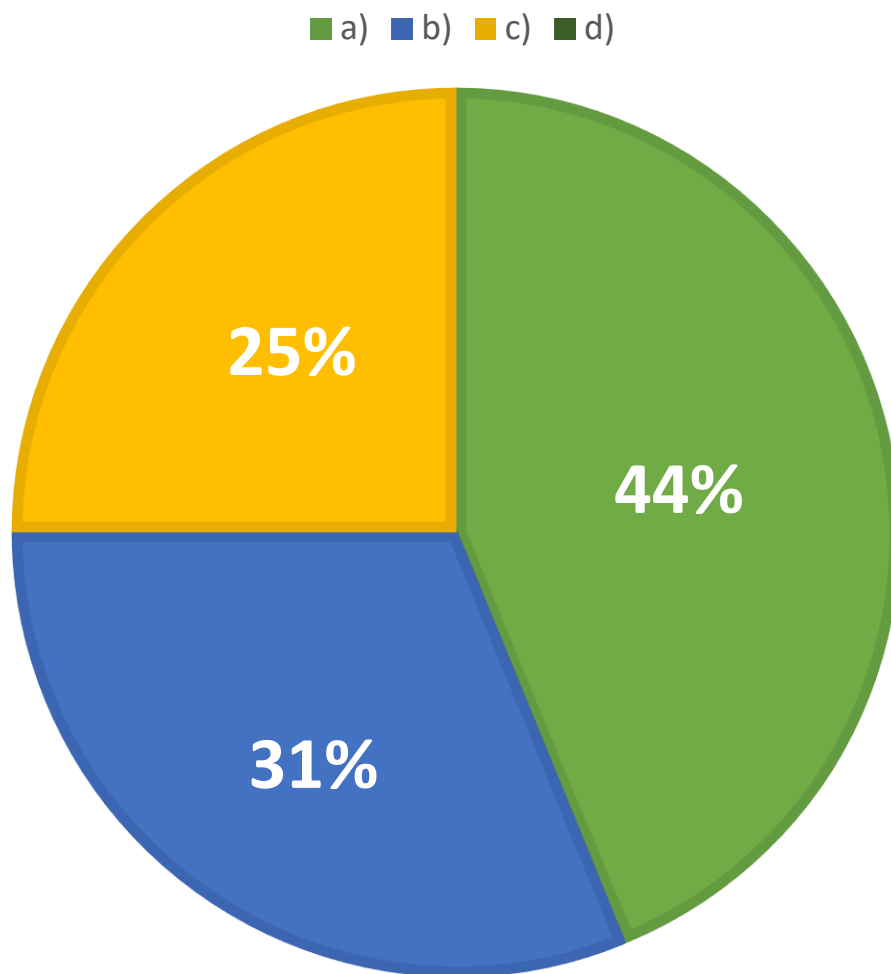


De acuerdo a los resultados la mayoría considero que buenos modales, independencia, tolerancia y respeto por los demás por último sentido de responsabilidad son los valores que deben ser especialmente inculcados en el hogar, muy pocos eligieron la obediencia por la autoridad, pudieron considerar lo mismo el respeto y la tolerancia por los demás, por lo que no ven la diferencia entre uno y otro.

Se puede respetar como un igual a compañeros o personas de la misma edad, pero la obediencia por una autoridad es reconocer que quien toma este papel es una guía para el desarrollo personal y todo lo que conlleva, por lo tanto, se requiere escuchar, entender y respetar lo que ésta tiene para enseñar, considerando que es una persona que ya paso por experiencias que lo hacen poder transmitir lo aprendido por estas.

**4. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor sus opiniones sobre las responsabilidades de los padres respecto los hijos?**

- a) El deber de los padres es hacer lo mejor para sus hijos, aun acosta del bienestar de los padres**
- b) Los padres tienen su vida propia y no se les debe pedir que sacrifiquen su bienestar personal en beneficio de los hijos**
- c) Ninguna**
- d) No sabe**



La mayoría escogió la afirmación: el deber de los padres es hacer lo mejor para sus hijos, aun a costa del bienestar de éstos. Ambas afirmaciones están en extremos donde una refleja que el cuidar a un hijo requiere de sacrificar un bienestar propio que fue la más elegida donde no importa lo que pase, tú debes hacer lo posible a tu alcance para asegurar el futuro de tu hijo.

La segunda es todo lo contrario donde el padre no tiene el por qué sacrificar su bienestar por el de su hijo ya que estos tienen una vida propia lo cual a pesar de ser en menor cantidad si fue elegida por algunos, esto puede que para algunos padres no pueda ser aceptado ya que al tener un hijo tienes la responsabilidad por esa vida que decidiste traer al mundo.

La opción más viable era ninguna ya que siempre debe existir un balance entre la vida como individuo y la que se decidió compartir con un hijo ya que este necesita de cuidados por lo que no es necesario como tal sacrificar ni tampoco llegar a desentenderse de él.

### ¿Por qué?

<i>“Es deber de los padres de ver por los hijos hasta que tengan mayoría de edad”</i>
<i>“Siempre hay que hacer lo mejor por los hijos”</i>
<i>“La vida de un padre es aparte de la del hijo”</i>
<i>“Por que el deber de los padres es tratar de que sus hijos se superen en la vida”</i>
<i>“Siempre queremos lo mejor para ellos”</i>
<i>“Para poder dar un buen ejemplo”</i>
<i>“Por que no siempre los hijos somos agradecidos”</i>
<i>“El deber de los padres es hacer los hijos compartiendo el bienestar de la familia”</i>
<i>“Nosotros como padres siempre vamos a querer lo mejor para nuestros hijos”</i>
<i>“Si damos todo a manos llenas no los hacemos responsables ni agradecidos”</i>
<i>“Por que sí”</i>
<i>“Es el deber de los padres hacer sacrificios”</i>
<i>“Por que su formación es lo mas importante dentro de la sociedad y eso los va ayudar”</i>
<i>“Por que los padres quieren lo mejor para sus hijos y que tengan un buen trabajo”</i>
<i>“Porque siempre hay que encontrar un equilibrio y a veces el olvidarse de uno baja nuestro autoestima y si no estamos bien con nosotros mismos como vamos a cuidar a otro individuo (hijos)”</i>
<i>“Uno cumple con los hijos en enseñarles como deben hacer las cosas ya es problema de ellos si quieren hacer o no y por ello no va a sacrificar la relación con su pareja.”</i>
<i>“Porque debe existir un equilibrio en ambas partes; tanto padres como hijos deben tener una vida plena.”</i>
<i>“Debe haber un equilibrio”</i>

<i>“Para que nuestros hijo sea cada día mejor”</i>
<i>“Debe haber un balance”</i>
<i>“Por que los padres siempre enseñaron lo mejor o los hijos a pesar de que ellos no lo practiquen”</i>
<i>“El sacrificio de uno se refleja la importancia de quien son beneficiarios a la vez inculca respeto”</i>
<i>“Es el dever de los padres ver x sus hijos”</i>
<i>“Pues en nuestra situacion cada una es diferente y esta se vasa en no presionar ni obligar algo que no quiere”</i>
<i>“El padre esta para orientarlos y cuidarnos, la responsabilidad en la vida es de uno mismo”</i>
<i>“Porque las acciones que realizan los padres para los hijos son porque ellos así lo desean, un niño no te pide que sacrifiques tu vida; la sacrificas por decisión propia”</i>
<i>“A ninguna persona se le debe pedir que sacrifique su bienestar ya que los niños se les debe enseñar a ser autosuficientes y no depender en todo momento de alguien”</i>
<i>“Se debe ser equilibrado entre la vida personal y la vida como padre”</i>
<i>“El deber de los padres es hasta que los hijos ya tienen la edad suficientemente para valerse por si mismos”</i>
<i>“Nuestra responsabilidad es protegerlos y guiarlos por el buen camino”</i>
<i>“Porque no siempre los hijos valoran los hecho por ellos”</i>
<i>“El bienestar debe ser equitativo en bienestar de la familia”</i>

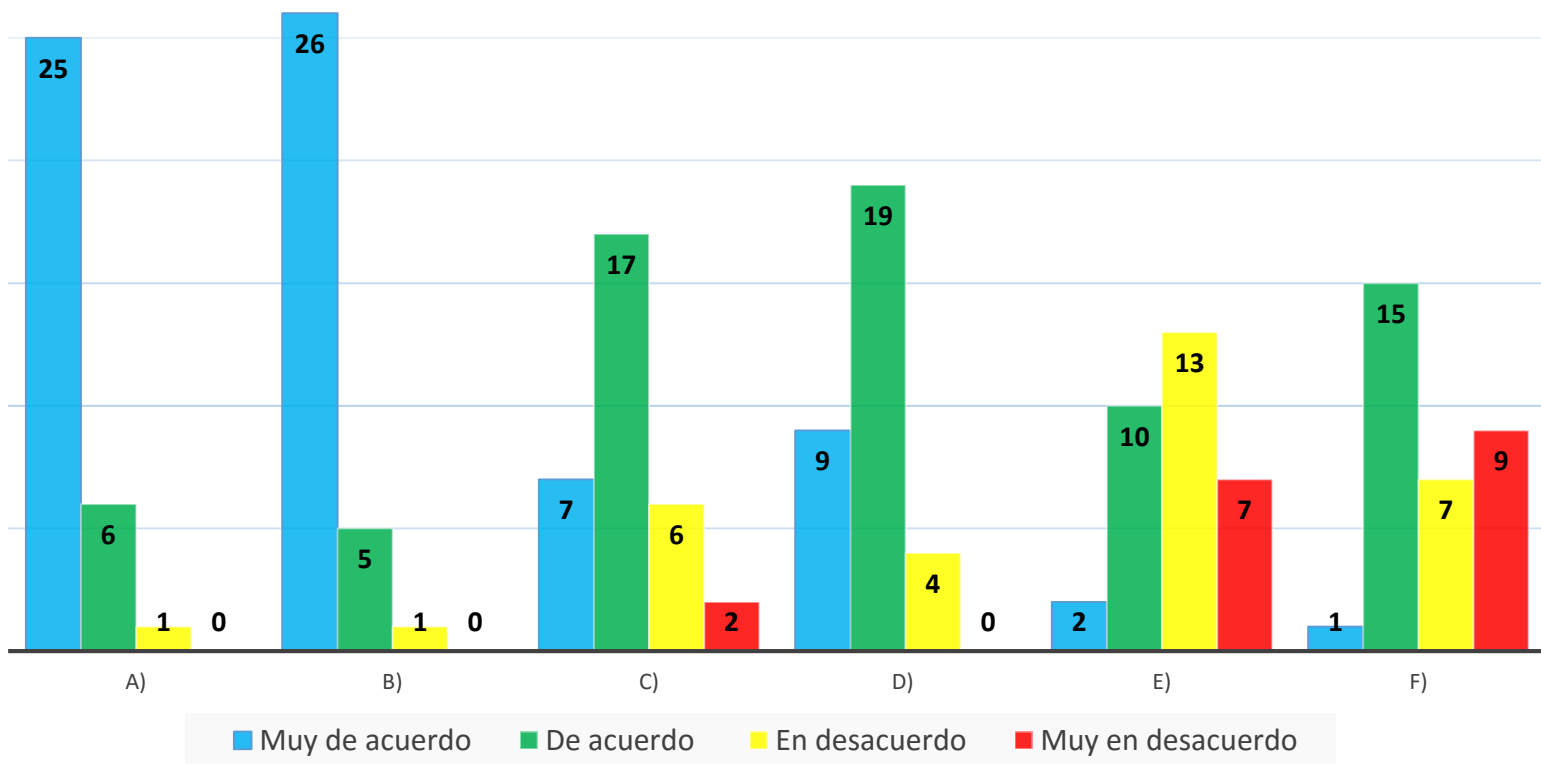
Por los resultados de la primera pregunta las justificaciones que manejan los padres en el caso de quien eligió la opción donde los padres deben dar todo por sus hijos a pesar de su bienestar, es que el tener un hijo viene con el sacrificio de apoyarlos en todo para que puedan ser mejores personas, en algunas respuestas aclaran que es hasta que sean mayores de edad o se puedan valer por sí mismos.

Para la segunda respuesta los padres que la eligieron dicen que a pesar de tener un hijo este no te pide que sacrifiques tu vida y que gracias ésto ellos deben aprender a ser autosuficientes siendo ellos el ejemplo, e incluso ponen que en ocasiones los hijos no son agradecidos y por ello eligieron esa respuesta.

Los pocos que no eligieron ninguna dicen que debe haber un balance para que tanto el padre como el hijo puedan estar bien.

**5. Que tan de acuerdo se encuentra que el niño/a realice las siguientes tareas del hogar:**

	<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>	<b>NS-NR</b>
<b>a) Ordenar su pieza y recoger su ropa y toalla</b>					
<b>b) Hacer su cama</b>					
<b>c) Hacer el aseo de la casa</b>					
<b>d) Cuidar a la mascota de la casa y regar las plantas del jardín</b>					
<b>e) Cuidar a su hermano pequeño</b>					
<b>f) Cuidar a su abuelito(a) o a algún familiar que esté enfermo(a)</b>					

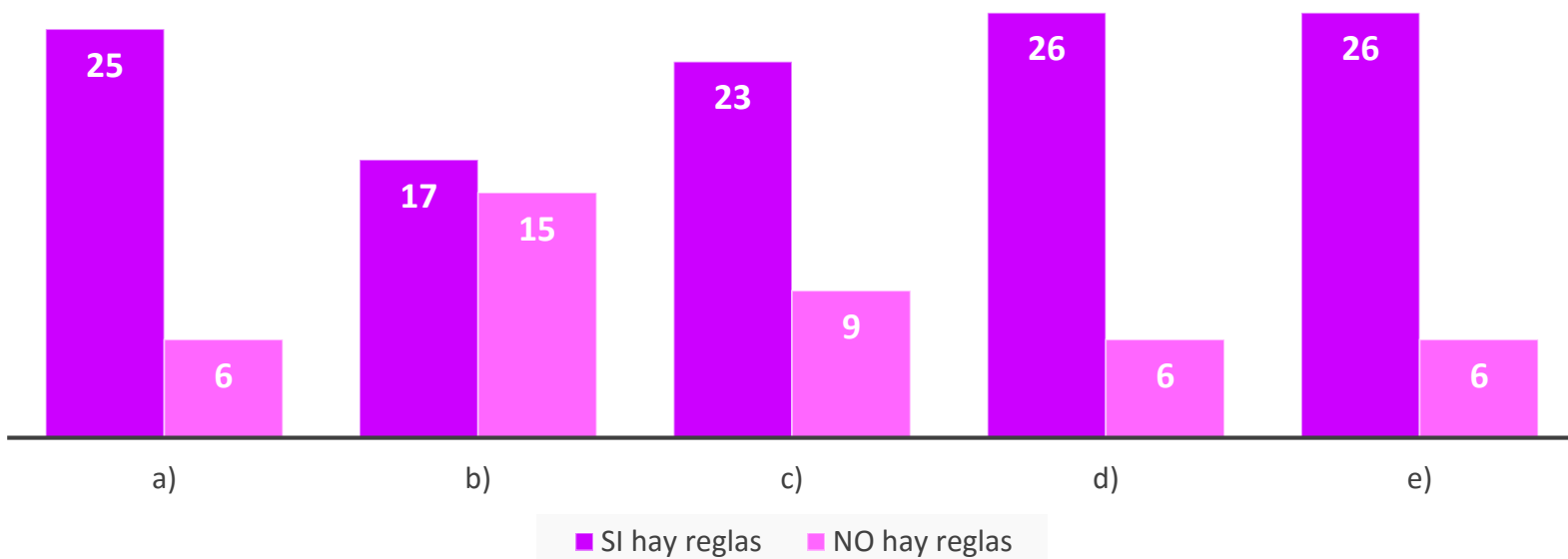


En los tres primeros incisos donde las preguntas están referidas a labores comunes del hogar la mayoría de los padres estaban muy de acuerdo o de acuerdo en que los niños las realicen, en los tres siguientes son situaciones que requieren del cuidado de alguna persona o animal, a lo que los padres respondieron que estaba de acuerdo, pero aun así un gran numero estuvo en desacuerdo ya que para estas actividades se requiere más responsabilidad.



**6. Pensando en el tiempo libre que tiene el niño/a, ¿Le impone usted algún tipo de restricción u horarios para la realización de...?**

	SI hay reglas	NO hay reglas
a) Actividades de estudio/colegio, como hacer trabajos o tareas.		
b) Actividades recreativas al interior del hogar tales como ver TV, internet o videojuegos.		
c) Actividades recreativas fuera del hogar como jugar a la pelota, en la calle, plaza, pasaje		
d) Actividades recreativas de interacción con compañeros, vecinos, etc.		
e) Actividades en relación a tareas del hogar		



En cuanto a actividades escolares los padres si tienen reglas, pero cuando se trata de acciones como ver T.V o videojuegos casi la mitad contesto que no tenían reglas eso quiere decir que los dejan que dispongan de estos aparatos a placer, mientras que en las demás si aplican reglas en tanto se trata de alguna actividad fuera de casa e interacción con otras personas.

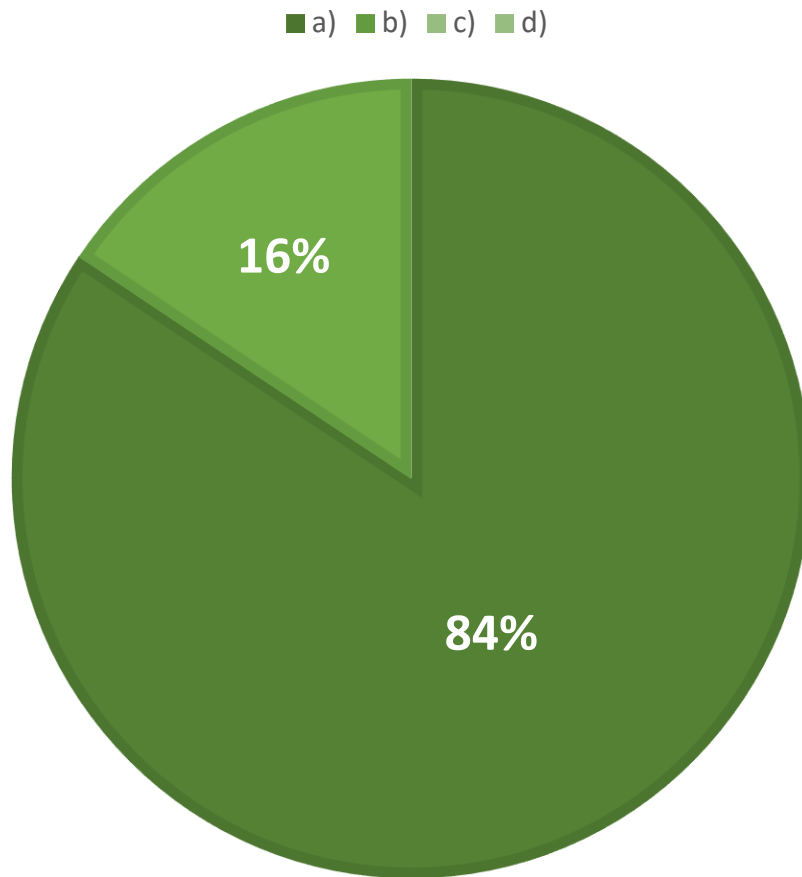
7. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones está de acuerdo?

a) Sin importar las virtudes o los defectos que puedan tener nuestros padres, siempre debemos amarlos y respetarlos

b) Uno no tiene el deber de respetar y amar a los padres que no se han ganado este respeto por sus comportamientos y actitudes.

c) Ninguna

d) No se



Como se puede observar la mayoría de los padres eligieron la primera opción que es “Sin importar las virtudes o los defectos que puedan tener nuestros padres, siempre debemos amarlos y respetarlos”. Para saber más sobre este tipo de respuesta se les pregunto el porqué de su elección, ya que la frase en si puede ser

elegida por lo que se les inculco desde pequeños o por el amor y valoración que estos les tengan a sus progenitores.

### ¿Por qué?

<i>“Son nuestros padres y de vemos de respetarlos sin impportarnos sus defectos”</i>
<i>“Son nuestros padres y meresen respeto”</i>
<i>“Por el ejemplo que representa para como hijo o hija”</i>
<i>“Por que es de acuerdo a la educacion que les hayamos inculcado a nuestros hijos”</i>
<i>“Son nuestros padres y siempre hay que respetarlos por que ellos nos dieron la vida les debemos respeto sin importar lo demas”</i>
<i>“Por que no importa lo que hagan o dejen de hacer por uno, simplemente por el hecho de ser persona hay que respetar y amar”</i>
<i>“Por que los valores que se inculcan son universales y no se inclinan en posiciones fisicas religiosas, sexuales etc.”</i>
<i>“Porque ellos vieron por nuestro bienestar a pesar de todo”</i>
<i>“Por lo mismo por que debe existir respeto”</i>
<i>“Por los valores que tenemos debesmo respetar y aceptar tal y como somos”</i>
<i>“Por que son nuestros padres y siempre nos anbisto en las buenas y en las malas”</i>
<i>“Por que es la imagen a seguir”</i>
<i>“Por que son los que le dieron la vida y x eso respetarlos y amarlos seria agradecimiento por que aparte nos cuidan”</i>
<i>“Al final de todo nos dieron la vida, pero tampoco quiero decir que con amarlos y respetarlos quiero decir que me voy a someter a todo, sino, saber valorarme y respetarme ante todo. ”</i>
<i>“Al final de cuentas son seres humanos y tienen errores uno debe hacerlos saber”</i>
<i>“Siempre debe existir respeto hacia los padres, y si existe alguna diferencia pueden hacerle saber a los padres que estan en un error pero lo tienen que hacer civilizadamente y con respeto”</i>

<i>“Son los que dieron la vida tanto para cuidarnos, criarnos y ellos pueden darla x nosotros sin importar que asi que hay q corresponderles de cierto modo y para eso esta el amarlos sin importar los errores que llegen a tener”</i>
<i>“Por que son nuestro padre y merecen todo nuestro respeto”</i>
<i>“Nos dieron la vida”</i>
<i>“Por que los padres ponen el ejemplo de cualquier cosa”</i>
<i>“El respeto y amor se ganan con el esfuerzo y dedicacion que empeña el padre o la madre, si los padres no lo hacen solo se desgastara el amor natural que el hijo brinda”</i>
<i>“Por que nuestros padres nos ayudan a todo lo que necesitamos”</i>
<i>“Por el simple hecho q son nuestro padres sin juzgar”</i>
<i>“Es el pilar de nuestras vidas por las enseñanzas y los consejos debemos por lo mneos respeto”</i>
<i>“Todos los seres humanos debemos de tener acciones que contribuyan al crecimiento de un menor, con la finalidad de hacerlo mejor persona y si alguien no brinda eso como padres es normal que un niño no sienta apego a alguno de los padres cada accion tien una reaccion y todo sentimiento se debe cuidar y alimentar.”</i>
<i>“Cada persona se debe ganar el respeto realizando buenas acciones, de esta manera se puede generar un sentimiento de admiracion o amor por alguien”</i>
<i>“Por que son nuestros padres y debemos tener valores”</i>
<i>“Por que los padres nos dan todo sin pedir nada a cambio”</i>
<i>“Estoy de acuerdo con amar a los padres cuando sus actitudes y enseñanzas se han ganado el respeto y amor”</i>
<i>“Por que ellos nos han dado todo a su alcance y por ellos somos pues nos dieron la vida”</i>
<i>“Aunque hagan algo mal se enseña que a los padres se les debe amar y respetar sin importar que”</i>
<i>“Son los que dan vida por eso el respeto debe ser dado”</i>

En las respuestas se aprecia que los padres piensan que por el hecho de dar vida es que se merece respeto, nunca mencionan amor o afecto también se recalca mucho la educación que se imparte es que a los padres se les debe respeto, cabe mencionar que uno que otro padre menciona a los valores como universales por lo tanto como seres humanos se les debe respeto, eso quiere decir que apesar de todo no ponen a sus padres como personas especiales ya que los consideran como cualquier persona.

Los que mencionaron las palabras afecto o amor fueron los que escogieron la otra opción, la cual dice que estos sentimientos se deben ganar por las acciones que se tenga ya que apesar de ser padres deben demostrar este tipo de sentimientos para que haya una respuesta por parte de un hijo.

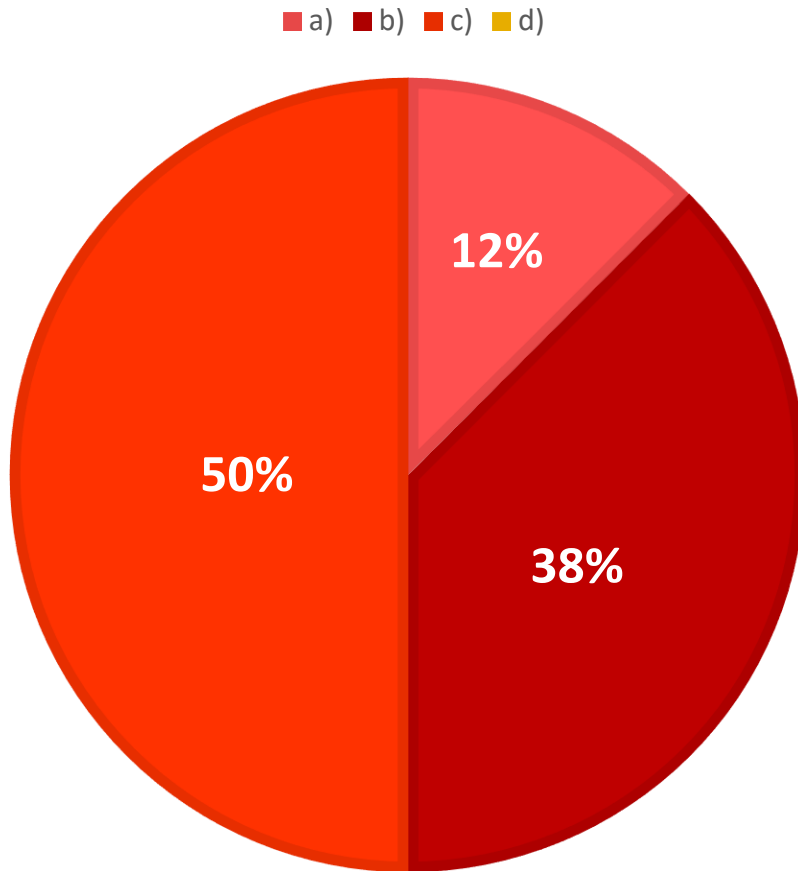
**8. ¿Cuáles son los medios de comunicación que más utiliza?**

**a) Televisión**

**b) Radio**

**c) Internet**

**d) Otro \_\_\_\_\_**



La mitad de los encuestados utilizan más el internet como medio de comunicación (algunos padres en las encuestas especificaron que redes sociales como facebook y whatsapp), aun así hay gente que utiliza televisión y la radio.

### **Conclusiones**

Con los resultados podemos darnos cuenta que la mayoría de los padres encuestados solo cuentan con la secundaria o bachillerato y apesar de mencionar algunos valores o lo que son no tienen informacion detallada de estos.

También la vision que tienen sobre el dejar de lado su vida por criar o darle lo mejor a sus hijos es importante ya que estos pueden tener un equilibrio.

Por otro lado ellos deben aprender el concepto de autoridad para que puedan entender por que se debe el respeto a estos y poder ser inculcado a sus hijos. Ya

que por los resultados ellos consideran el hecho de que si das vida y te conviertes en padre por ello ya debes tener el respeto de los hijos y su amor a costa de los errores que se cometan.

### **Análisis FODA**

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas que ayuden a los padres en la enseñanza de valores</li> <li>• No hay campañas que especifiquen los valores a los padres de familia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés por parte de los padres para el cuidado de su familia</li> <li>• Sensibilizar a la sociedad</li> <li>• Educación que permita que el niño se desarrolle de mejor manera en la sociedad</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saturación del tema</li> <li>• Falta de comunicación entre la escuela y los padres</li> <li>• Falta de tiempo por parte de los padres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencias familiares</li> <li>• Desinformación</li> <li>• Nivel educativo</li> </ul>

### **3.2 BRIEF**

#### **❖ Objetivos de la campaña**

- Enseñar a los niños a respetar tanto a las autoridades como de manera general, explicando a los padres que es exactamente una autoridad.
- Que los padres puedan fomentar el desarrollo de hábitos básicos basados en el respeto para resolver los conflictos de una manera pacífica, fomentando así el diálogo, tolerancia y la empatía

- Conseguir que los niños, a través de sus padres, conozcan y acepten las normas que existen para tener una buena convivencia.

### ❖ **Grupo objetivo**

Son mujeres y hombres de 28 a 40 años padres de familia, donde su educación va de nivel secundaria hasta licenciatura, están interesados en una crianza satisfactoria para sus hijos, aun así, requieren de información más detallada sobre los valores ya que solo tienen en mente que estos se transmiten de generación en generación, pero no saben la forma en que se deben aplicar.

Están familiarizados con redes sociales y se informan a través de internet, igualmente utilizan televisión y radio.

También se planea como público secundario los hijos de estos padres para que tengan un mejor desarrollo en su vida diaria y futura.

La Ciudad de México será la delimitación primaria ya que es donde se concentra la mayor cantidad de Escuelas primarias, la secundaria en la escuela primaria Profesor Braulio Rodríguez ubicada en la colonia San Lorenzo Xicotencatl, delegación Iztapalapa.

### ❖ **Competencia**

Directa: inexistente ya que no hay alguna campaña que este en auge en esa zona o que se relacione.

Indirecta: la campaña "¡Aprende a decir NO!" de Fundación Televisa es una nueva campaña que comenzó en enero del 2016 que contiene el eslogan de "Tienes el valor o te vale". Es competencia indirecta, ya que no es exclusiva para padres o niños si no que va dirigida a ciudadanos en situaciones comunes de corrupción o donde se tengan que aplicar Esta campaña cuenta con spots de radio y televisión donde se muestran diferentes acciones que requieren que digas no, también se encuentran artículos en la página de Facebook donde te dan consejos y de manera muy breve presentan lo que son estos valores o para que se utilizan.



### **3.2.1 ESTRATEGIA CREATIVA**

#### **Objetivo de comunicación**

Destacar el respeto para los niños de primaria en conjunto con otros valores como: tolerancia, empatía, responsabilidad que derivan principalmente del primero

#### **Concepto creativo**

Concientización

#### **Tono**

Emotivo

#### **Copy**

“Con respeto”

#### **Texto complementario**

“Las normas se enseñan “, “Los niños se educan”, “Los niños participan”, “Los niños aprenden”

#### **Insight**

“Tengo idea de lo que es el respeto, pero no considero el respeto a las normas como uno principal”

#### **Racional creativo**

Los padres conocen los valores que son más comunes en mencionar, sin embargo, no consideran el respeto a las normas o autoridades como algo relevante ya que ellos solo mencionan respeto sin saber a ciencia cierta los beneficios que con lleva.

Por ello se requiere que entiendan lo importante que es enseñar valores como el respeto, de la empatía, tolerancia y responsabilidad. Por medio de imágenes acompañadas del copy y un texto complementario que sea fácil de entender, se podrá llamar la atención de los padres.

Se utilizará un color claro para el fondo que haga resaltar huellas de mano de niños, así como simulaciones de rayones para atraer la atención de los padres, mientras las letras del copy irán en color naranja con fuente grande y llamativa “El color naranja tiene una visibilidad muy alta y combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. Se le asocia a la alegría”<sup>72</sup>.

El texto complementario estará en azul oscuro y con fuente diferente para que se distinga el efecto positivo que traerá el mensaje del copy.

### **3.2.2 ESTRATEGIA DE MEDIOS**

#### **Objetivo**

Se quiere dar a conocer información sobre la importancia del respeto, en conjunto con otros valores que favorecerán el desenvolvimiento de los niños en el ámbito escolar y familiar

#### **Audiencia objetivo**

La campaña va dirigida a mujeres y hombres que tienen de 28 a 40 años que son padres de familia y llevan a sus hijos a la escuela primaria Profesor Braulio Rodríguez en la delegación Iztapalapa.

#### **Cobertura**

La campaña contará con carteles que estarán ubicados cerca de las puertas de la escuela, postales que se repartirán en la hora de entrada y de salida de los niños y una página en Facebook que podrá ser visitada por el público objetivo.

#### **Selección de medios**

Los medios que resultaron idóneos, mismos que brindarán un nivel más alto de efectividad, alcance y una cobertura adecuada al público objetivo son:

---

<sup>72</sup> ARCHIVO PDF [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/opendc/archivos/4666\\_open.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opendc/archivos/4666_open.pdf) Luciana Fierens  
“Marketing del color” Consultado el 08 de agosto del 2017 8:30pm

Medio primario: Carteles

Esto se eligió como principal medio ya que el grupo objetivo son padres que dejan a sus hijos en la escuela donde estarán colocados y se encontrara la página de Facebook para que puedan recurrir en caso de dudas o cualquier inquietud que tengan.

Medio secundario: Redes sociales

Facebook: En la página se dará información sobre valores, así como links, artículos y vídeos relacionados con el tema.

Se utiliza esta red ya que el público lo eligió como medio de comunicación que más utiliza, aun así, se opta como secundario mientras toma fuerza la campaña.

### 3.2.3 EJECUCIONES

#### POSTAL Y CARTELES

(Parte delantera)



(Parte trasera)

# LAS NORMAS SE ENSEÑAN



Realizado por Liliana Santiago

ESCUELA PRIMARIA PRO. BRAULIO RODRIGUEZ

# CON RESPECTO

## LOS NIÑOS SE EDUCAN



VISITA NUESTRA PAGINA DE FACEBOOK

Realizado por Liliana Santiago

ESCUELA PRIMARIA PRO. BRAULIO RODRIGUEZ

# CON RESPECTO

## LOS NIÑOS PARTICIPAN



VISITA NUESTRA PAGINA DE FACEBOOK

Realizado por Liliana Santiago

ESCUELA PRIMARIA PRO. BRAULIO RODRIGUEZ

# CON RESPECTO

## LOS NIÑOS APRENDEN



VISITA NUESTRA PAGINA DE FACEBOOK

Realizado por Liliana Santiago



### 3.2.3.1 FLOWCHART

Medio	Inserciones	Meses												Costo unitario	Costo total
		Agosto/ Septiembre				Octubre/ Noviembre				Diciembre					
Facebook		Agosto/ Septiembre				Octubre/ Noviembre				Diciembre				\$39.00 x mes	\$195.00
Postales	1,000	Agosto/ Septiembre				Octubre/ Noviembre				Diciembre				\$1,800.00 x mil piezas	\$1,800.00
Carteles	20	Agosto/ Septiembre				Octubre/ Noviembre				Diciembre				\$100 x pieza de 70x100 cm	\$2,000.00
												Total	\$3,995.00		
												Total*	\$4,395.00*		
												Costo total con IVA	\$4,634.00		
													\$5,098.00*		

## CONCLUSIONES

El presente trabajo reveló que los niños han tenido un cambio significativo en cuestión de la educación que reciben por parte de sus progenitores o quien esté a cargo de su educación, mientras que éstos al no querer cometer “los mismos errores” prefirieron cambiar el método del cual ellos fueron educados.

Teniendo como consecuencia los valores de manera implícita, porque a pesar de saber cuáles son o por la repetición de que estos son fundamentales en la sociedad los reproducen sin saber el significado o la forma de enseñárselos a los niños que son los que están iniciando su participación dentro de una sociedad, ya que la primera convivencia se da en la familia, pero a nivel social se da dentro de las aulas.

Se refleja la falta de valores en los niños, ya que existen casos registrados de conductas violentas e inapropiadas dentro de los centros educativos lastimando de manera física o emocional a los profesores y compañeros, no ponen en práctica los valores que deben ser enseñados en el hogar, los niños no ven que toda acción tiene una consecuencia, cosa que los padres se encargan de encubrir ya que no se les enseñó desde casa la forma de actuar ante un error.

La propuesta aquí expuesta es sólo referida a retomar estos valores en los niños de primaria, sin embargo, no olvidemos temas como el bullying o simplemente el cambio que estas generaciones traerán a la sociedad futura, donde la violencia, intolerancia y demás se siguen reproduciendo.

Por ello esta educación en valores se debe hacer a una temprana edad para que los niños vayan aprendiendo y los pongan en práctica.

Los padres son los primeros que deben comprender la importancia de los valores, así los niños conocen la manera más adecuada de aplicar los en situaciones cotidianas.

Durante la investigación algunos padres estuvieron renuentes a participar dentro de ésta. La información demuestra que tienden a sacrificar todo por sus hijos sin considerar que esto afecta a la educación de valores o no les prestan la atención adecuada, por ello se debe considerar un punto intermedio para una mejor comunicación y enseñanza.

La experiencia en este proyecto es más que satisfactoria ya que de los contratiempos que se presentaron dentro de la investigación se aprende la forma de sobrellevar, resolver y presentar los resultados sin importar lo sucedido.

Para el investigador y estudiante de comunicación debe ser gratificante los hallazgos encontrados, gracias a estos te acerca al pensamiento y actuar de las personas, en este caso los niños, ¿qué será de estas generaciones en un futuro?, ¿cómo se podrá llegar a ellos con respecto a campañas tanto comerciales como sociales?, teniendo en cuenta que estas nuevas generaciones vienen con acceso a internet y tecnologías, sumando a esto las actitudes, pensamientos y tendencia ¿cómo se verá implicada la publicidad dentro de estos cambios?

Las campañas sociales tienen como objetivo el cambio de una acción de manera que favorezca a una sociedad, hay muchas problemáticas que se pueden investigar dando un sin fin de ideas que bien un estudiante de comunicación puede exponer para tratar de mejorar tanto como investigador social como ser humano.

## BIBLIOGRAFÍA

AMAYA Guerra, Jesús y PRADO de Amaya, Evelyn, "Los hijos tiranos llegan a las empresas", México, Ed. Trillas, 2008.

AMAYA Guerra, Jesús y PRADO de Amaya, Evelyn, "Padres obedientes hijos tiranos", México, Ed. Trillas, 2005.

BARRACO Saiz, Francisco, "Marketing social corporativo: la acción social de la empresa.", Madrid, Ed. Pirámide, 2005.

BORG, James, "Persuasión. El arte de influir en las personas, Madrid, Ediciones Pirámide, 2009.

BOURDIEU, P. "L'esprit de famille (El espíritu de familia)", Raisons pratiques sur la théorie de l'action, Editions du Seuil, 1994. Traducción de María Rosa Neufeld, pag 126-137.

CHÁVEZ, M. A. "Hijos tiranos o débiles dependientes.", México, Grijalbo, 2008

CLAVEL DE KRUYFF, Fernanda, "El lado oscuro de la persuasión", México, Comunicación y política editores, 2010.

GARCÍA UCEDA, Mariola, "Las claves de la publicidad", España, ESIC Editorial, 1999.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, "Fundamentos de marketing", México, Ed. Pearson, 2013.

LAKHANI, Dave, "Persuasión: El arte de influir y obtener lo que se desea", Ed. Alfaomega, 2008.

LATAPÍ Sarre, Pablo, "El debate sobre los valores en la escuela mexicana", México, Fondo de cultura, 2003.

Monsalvo Eugenio y Guaraná Renata, "El valor de la responsabilidad en los niños de educación infantil y su implicación en el desarrollo del comportamiento prosocial", España, Revista Iberoamericana de educación, 2008.

MORALES DOMÍNGUEZ, J. Francisco, "Psicología social", España, Ed. McGRAW-HILL, 2007.

MORRIS, C. G., & MAISTO, A. A. "Psicología", México, Pearson, 2009

PAPALIA, D. E., WENDKOS OLDS, S., & DUSKIN FELDMAN, R. "Desarrollo humano", México, Mc Graw Hill, 2010.

PRADO, E. "Padres obedientes, hijos tiranos.", Sevilla, Trillas, 2005.

REARDON, Kathleen K., "La persuasión en la comunicación", Bueno Aires, Ed. Paidós, 1985.

ROSS, Raymond S., "Persuasión. Comunicación y relaciones interpersonales.", México, Editorial Trillas, 1983.

SÁMANO, A. K. "El respeto: un valor formativo en niños y niñas de educación preescolar". Sinaloa, Universidad Pedagógica Nacional, 2011.

TOURIÑÁN López, José Manuel, "Educación en valores, educación intelectual y formación para la convivencia pacífica" España, Ed. NETBIBLO, S, L., 2008.

## DIGITALES

ANIMAL POLITICO (on line) <http://www.animalpolitico.com/2014/10/por-que-persiste-el-tabu-de-amamantar-en-publico/> consultado el 15 de marzo del 2016, 5:41pm, "¿Por qué persiste el tabú de amamantar en público?", Redacción Animal Político, 4 de octubre del 2014.

ANIMAL POLITICO (on line) <http://www.animalpolitico.com/2014/06/ninos-que-sufren-bullying-tambien-son-maltratados-en-casa/> consultado el 5 de abril de 2016, 10:15 pm, "43% de niños que son maltratados en casa, agreden o son agredidos en la escuela", Majo Siscar, 27 de junio del 2014.

ARCHIVO

PDF

[file:///C:/Users/Lilu/Downloads/ElconceptodefamiliaenMxico\\_unarevisindesdelamir](file:///C:/Users/Lilu/Downloads/ElconceptodefamiliaenMxico_unarevisindesdelamir)

[adaantropolgicaydemografica.pdf](#) Gutiérrez Reynaldo, Díaz Otero Karen y Román Reyes Patricia, “El concepto de familia en México: una revisión desde la mirada antropológica y demográfica” consultado el 13 de agosto del 2017, 8:35pm.

ARCHIVO PDF

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/opencdc/archivos/4666\\_open.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opencdc/archivos/4666_open.pdf) Luciana Fierens “Marketing del color” Consultado el 08 de agosto del 2017 8:30pm.

ARCHIVO

PDF

[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/2255\\_pg.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2255_pg.pdf) Sandra Di Lucca “El comportamiento actual de la Generación Z en tanto futura generación que ingresará al mundo académico.” Consultado el 28 de agosto del 2016 5:30pm.

ARCHIVO PDF <http://jugaryvivirlosvalores.xoc.uam.mx/docs/1ro.pdf> Paoli Antonio, “Jugar y vivir los valores EN PRIMERO DE PRIMARIA” consultado el 5 de abril de 2016, 10:45 pm.

ARCHIVO

PDF

[http://www.amai.org/revista\\_amai/octubre-](http://www.amai.org/revista_amai/octubre-2016/AMAI_47_OCTUBRE_2016.pdf)

[2016/AMAI\\_47\\_OCTUBRE\\_2016.pdf](#) LÓPEZ ROMO, HERIBERTO “#TODOS SOMOS FAMILIA Los once tipos de familias en México” pag. 26-31 consultado el 13 de agosto del 2017 10:00pm

ARCHIVO

PDF

[http://www.chi.itesm.mx/icm/wp-](http://www.chi.itesm.mx/icm/wp-content/uploads/2014/12/1654695_LA_NUEVA_REFORMA_EDUCATIVA_MEXICANA.pdf)

[content/uploads/2014/12/1654695\\_LA\\_NUEVA\\_REFORMA\\_EDUCATIVA\\_MEXICANA.pdf](#) Irma Judith Ruiz Rodríguez, Manuel Ricardo campos Sandoval, Maria Susuky Soto Armendáriz, Omar Adalberto Gutiérrez González, “LA NUEVA REFORMA EDUCATIVA MEXICANA UNA OPCION PARA EL CRECIMIENTO EN MEXICO” consultado el 17 de mayo del 2016, 10:39pm.

ARCHIVO PDF  
<http://www.edu.xunta.es/centros/ceipmanuelfraga/system/files/CUANDO+LAS+NO+RMAS+BRILLAN+POR+SU+AUSENCIA.Padres+obedientes,+hijos+tiranos.pdf> La voz de Galicia, “Cuando las normas brillan por su ausencia: Padres obedientes, hijos tiranos.” Consultado el 15 de mayo del 2016, 7:50pm.

ARCHIVO PDF  
<http://www.educadoressinfronteras.mx/libros%20investigaciones%20realizadas/Investigaci%C3%B3n%20sobre%20bullying%20en%20escuelas.pdf> Sierra Mendoza, Cosette Guadalupe, “Investigación sobre bullying en las escuelas” consultado el 15 de mayo del 2016, 9:30pm.

ARCHIVO PDF  
[http://www.psicologiadelaconciencia.com/docs/casanova/persuasion\\_y\\_arte\\_seducion.pdf](http://www.psicologiadelaconciencia.com/docs/casanova/persuasion_y_arte_seducion.pdf) AMBEL VILLENA, Andrea y GALLARDO SERRANO, María José, “La Persuasión y El Arte de la Seducción a través de la biografía de Giacomo Casanova”, 27 de febrero del 2016, 7:30pm.

ARCHIVO PDF <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21418845001> González Menéndez, Ricardo, “Los valores morales”, Revista Cubana de Salud Pública, vol. 31, núm. 4, diciembre, 2005, p. 269 consultado el 5 de abril del 2016, 9:50 pm

ARCHIVO PDF <http://www.redalyc.org/pdf/834/83400715.pdf> Dietrich von Hildebrand, Traducido por: José Barrio Maestre, “La importancia del respeto en la educación” consultado el 18 de abril del 2016, 5:50pm.

ARCHIVO PDF  
[https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/latam/docs/reports/2016/Estilo\\_sdeVidaGeneracionales.pdf](https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/latam/docs/reports/2016/Estilo_sdeVidaGeneracionales.pdf) Nielsen N.V. “Estilos de vida generacionales” consultado el 26 de agosto del 2016 4:50pm

CNN (on line) “Por qué nunca deberías castigar a tus hijos dándoles palmadas” <http://cnnespanol.cnn.com/2016/04/26/por-que-nunca-deberias-castigar-a-tus-hijos-dandoles-palmadas/> consultad el 28 de abril del 2016 10:50 pm. CNN Español, 26 de abril del 2016.

CNN México, <http://mexico.cnn.com/nacional/2013/12/23/los-casos-de-bullying-en-mexico-aumentan-10-en-dos-anos>, consultado 26 de marzo del 2016 10:05pm

EXCELSIOR (on line) <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/08/21/977433> consultado el 29 de abril del 2016 9:00pm. Sección: Comunidad, “Niño de nueve años hace 'Bullying' a compañeros y maestros”, Jorge González, Gerardo Jiménez, María Fernanda Navarro y Filiberto Cruz, 21 de agosto del 2014

EXCELSIOR (on line) <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/04/28/1089459> consultado el 29 de abril del 2016 8:30pm. Sección: Nacional, “Niñas matan a golpes a un compañero en primaria de Michoacán”, Redacción, 28 de abril del 2016

FORBES (on line), <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/> consultado el 26 de agosto del 2016 2:00pm “6 rasgos claves de los millennials, los nuevos consumidores” Gutiérrez Antoni 22 de diciembre del 2014

FORBES (on line), <http://www.forbes.com.mx/la-z-una-generacion-con-influencia-incalculable/> consultado el 28 de agosto del 2016 4:00pm “La Z ¿una generación con influencia incalculable?” Gutiérrez Antoni, 27 de octubre del 2015

FORBES (on line), <http://www.forbes.com.mx/la-z-una-generacion-con-influencia-incalculable/> consultado el 28 de agosto del 2016 6:10pm “La Z ¿una generación con influencia incalculable?” Gutiérrez Antoni, 27 de octubre del 2015



FRANCO Ortiz, Itziar, “Qué son los valores y por qué son tan importantes en la educación” en <http://www.solohijos.com/web/que-son-los-valores-y-por-que-son-tan-importantes-en-la-educacion/> consultado el 5 de abril de 2016, 9:20 pm

Hildebrand, Traducido por: José María Barrio Maestro, “La importancia del respeto en la educación”, consultado el 18 de abril del 2016, 5:50 pm.

MERCA 2.0 (on line), <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/2/> consultado el 24 de agosto del 2016 7:30pm, “Conoce las diferencias entre Millenians, Generación X y Baby Boomers”, Perezbolde Guillermo, 16 de diciembre del 2014

MERCA 2.0 (on line), <http://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/2/> consultado el 24 de agosto del 2016 8:45pm, “Conoce las diferencias entre Millenians, Generación X y Baby Boomers”, Perezbolde Guillermo, 16 de diciembre del 2014

MERCA 2.0 (on line), <http://www.merca20.com/la-generacion-silenciosa-y-los-comportamientos-que-te-interesan-para-tu-estrategia-de-marketing/> consultado el 18 de abril del 2016 5:30pm, “Generación Silenciosa y los comportamientos que te interesan para tu estrategia de marketing”, León Ale Fran, 02 de enero del 2016

Pascual Sorribas, Pablo, “¿Te obedecen por prestigio o por autoritarismo?” en <http://www.solohijos.com/web/respeto-y-autoridad/> consultado el 22 de abril del 2016, 8:30 pm.

PuroMarketing (on line), <http://www.puromarketing.com/13/12343/marketing-social-marketing-comercial.html> consultado el de marzo de 2016, 10:20pm, “¿Marketing social o marketing comercial?”, Soundy Camila, 2012.

Redacción Muy Animal, "Animals are not clowns" en: <http://muyanival.com/2011/02/16/animals-are-not-clowns/> consultado el 15 de marzo del 2016, 5:45pm

REVISTA IBEROAMERICANA (on line) <http://rieoei.org/opinion38.htm> consultado el 20 de abril del 2016, 3:30 pm. "Disciplina, autoridad y malestar en la escuela" Sánchez Lidia, 15 de febrero del 2006

Sonia B. F. Arias, "La generación de los Baby boomers" en <http://www.psicologicamentehablando.com/la-generacion-de-los-baby-boomers/> consultado el 17 de mayo del 2016, 11:20 pm.

## **VIDEOGRAFÍA**

YOUTUBE <https://www.youtube.com/watch?v=979eGTsxUe8> consultado el 5 de abril de 2016, 9:23pm

YOUTUBE <https://youtu.be/hRrp8yEsEls> consultado el 15 de marzo de 2016, 9:50pm

YOUTUBE, <https://www.youtube.com/watch?v=jzGv7nWWkDw&feature=youtu.be> consultado el 15 de marzo de 2016, 7:38pm

YOUTUBE, <https://www.youtube.com/watch?v=ymqR2noXOAM&feature=youtu.be> consultado el 15 de marzo de 2016, 6:38pm.

YOUTUBE: <https://www.youtube.com/watch?v=q0PGpr5kst8> , consultado el 15 de marzo de 2016, 5:58pm.