



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES

**PROPUESTA DE CAMPAÑA SOCIAL PARA
PROMOVER EL TRABAJO DEL
PSICOORIENTADOR. CASO: ESCUELA
SECUNDARIA DIURNA NÚMERO 86.**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

CARLA IVETT BENGOA MONROY

ASESORA:

MTRA. ADELA MABARAK CELIS



CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., 2019.



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.

Agradecimientos.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por abrirme las puertas de su casa hace ya un tiempo, por permitirme obtener conocimiento que me ha hecho crecer como persona y como profesional, enseñarme que la vida es compleja y que se puede experimentar desde distintos enfoques y sobre todo por darme la oportunidad de conocer a un sinfín de profesores y compañeros extraordinarios que siempre tendrán un lugar especial en mis recuerdos.

Mi sangre azul y piel dorada, siempre te amaré.

A mis padres y a mi abuelita Estela por enseñarme a superar todas mis metas y darme su apoyo incondicional en cada paso pequeño o grande que he dado durante toda mi vida, los amo con todo mi ser.

A mi hermana Ximena Bengoa y a mi novio Daniel Alvarado por ayudarme en el proceso de mi investigación, su compañía, paciencia y amor, fueron un factor importante para culminar mi meta, los amo con todo mi corazón.

A Ulises Bengoa por rifarse como diseñador y contribuir con su talento.

A mis primos que son como mis hermanos por darme ánimo y consejos en los momentos más complicados, por no dejarme caer, los amo infinitamente.

A Juana Bengoa y Carlos López por ser una guía no sólo en mi proyecto, sino en mi vida. Gracias por siempre compartirme su conocimiento y dejarme ser parte de su trabajo que es la base de esta tesina, los admiro y los amo.

Un agradecimiento especial al Director Porfirio Medina de la Secundaria “República de Venezuela”, por abrirme sus puertas y permitirme realizar mi investigación dentro de sus instalaciones. Gracias por su dedicación para contribuir a mejorar la educación de los adolescentes.

Un agradecimiento especial a mi asesora Adela Mabarak por guiarme en esta aventura llamada titulación, por su conocimiento y su paciencia, la admiro demasiado.

Logro desbloqueado.

ÍNDICE	
INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo 1.	4
Comunicación y Publicidad social.	4
1.1. Definición de comunicación.....	4
1.2. Comunicación persuasiva.	7
1.3. Definición de publicidad.	10
1.4. Definición de publicidad social.	15
1.5. Tipos de campañas sociales.	20
1.6. Elementos de las campañas sociales y sus características.	25
1.7. Las 7 p's del marketing social.	28
Capítulo 2.	35
La educación a nivel secundaria. Escuela Secundaria Diurna número 86 y el papel del psicororientador.	35
2.1. Política educativa y normatividad.....	35
2.2. Problemas de convivencia en las secundarias.	45
2.3. Características de la Escuela Secundaria Diurna número 86.	54
2.4. Perfil y problemáticas de los alumnos.....	56
2.5. El papel del psicororientador: antecedentes y funciones.	59
2.6. La integración del psicororientador en la Escuela Secundaria Diurna número 86.	63
2.7. Una posible vía de solución.	66
Capítulo 3.	69
Propuesta de campaña social para promover el trabajo del psiorientador. Caso: Escuela Secundaria Diurna número 86.	69
3.1. Investigación de mercado.	69
3.2. Modelo de encuesta.	70
3.3. Análisis de resultados.	75
3.4. Estrategia creativa.....	99
3.4.1. Concepto creativo.....	100
3.4.2. Objetivo de comunicación.	100
3.4.3. Objetivo publicitario.	100
3.4.4. Tono.....	101
3.4.5. Insight.	101
3.4.6. Copy.	101
3.4.7. Racional creativo.	101
3.5. Estrategia de medios.....	102
3.5.1. Racional de medios.	102
3.5.2. Plan de medios.	103
3.5.3. Pauta de medios.....	104

3.5.4. Flow Chart	105
3.5.5. Presupuesto	105
3.6. Ejecuciones	107
CONCLUSIONES.....	110
BIBLIOGRAFÍA.....	112

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación en la modalidad de Tesina nombrado “Propuesta de campaña social para promover el trabajo del psicoorientador. Caso: Escuela Secundaria Diurna Número 86” tiene como objetivo principal dar a conocer el proyecto “Convivencia sana y pacífica” que se ha estado construyendo desde hace unos años en las aulas de la FES Zaragoza que, señala la importancia de insertar a un psicoorientador, así como de promover el trabajo que realiza acerca de las problemáticas de convivencia escolar, a las autoridades educativas, padres de familia y alumnos del nivel secundaria.

Actualmente el sistema educativo mexicano no cuenta con la figura y las herramientas necesarias para dar solución a estos conflictos que aquejan a las escuelas y por ende a la sociedad. Por lo tanto, se considera que un psicólogo preparado es capaz de hacer un cambio desde una visión de la complejidad, con una metodología y un modelo que dé conocimiento sobre cómo las personas pueden cambiar, y cómo se mueven los problemas en las interacciones humanas.

La Ciudad de México, por ser una urbe, es donde encontramos más datos alarmantes de problemas que aquejan a los adolescentes. Es la zona a la que a veces se le pone menos atención, dejando de lado que son el futuro del país y sólo por esa razón se debe tener una atención especializada sobre cómo formar a personas que tengan una inteligencia emocional que los ayude a resolver conflictos personales y sociales.

Por tanto, la publicidad social es un arma muy poderosa para poder transmitir este mensaje de suma importancia no sólo para las autoridades educativas, sino también para profesores y padres de familia, asimismo, para la sociedad en general, ya que es un problema que de alguna manera afecta a todos en nuestro presente y futuro.

El psicoorientador aparte de su especialización debe tener una condición laboral que le permita estar presente en el día a día de una sola institución para que conozca a fondo sus problemas. Por ende, una campaña de promoción

dirigida hacia las autoridades educativas, los padres de familia y los alumnos para llegar a su integración en la Escuela Secundaria, puede quedar a considerar otras posibles vías de solución a los problemas de convivencia escolar que afectan a todos los actores de la institución, principalmente a los jóvenes. En consecuencia, la meta es tener una escuela pacífica que permita el desarrollo óptimo de los adolescentes en todos los ámbitos de sus vidas.

Esta investigación se conforma por cuatro capítulos: 1) Comunicación y publicidad social, 2) La educación a nivel secundaria en México y el papel del psicoorientador y 3) Propuesta de campaña social.

El primer capítulo: “Comunicación y publicidad social” tiene como fin abordar conceptos básicos de comunicación y persuasión que son la base para formular el mensaje que constituye a la campaña de publicidad social, dichos conceptos están enlazados partiendo de lo general a lo particular, ejemplificados con modelos de esquemas de elaboración. A continuación se explica el concepto básico de publicidad para entender qué es la publicidad social, sus tipos, elementos y características, así como ahondar en algunas herramientas del marketing social que refuerzan la campaña.

El segundo capítulo: “La educación a nivel secundaria en México y el papel del psicoorientador” tiene como propósito contextualizar la problemática desde la política educativa y normatividad en cuanto al manejo de los adolescentes en su formación académica, de valores, comportamiento y las obligaciones que deben tener las autoridades educativas con ellos. En seguida se explican los distintos problemas de convivencia escolar existentes a partir de datos estadísticos recientes en México, así como los planes que tiene la SEP en cuanto este rubro. A continuación se hace un diagnóstico del caso de la Escuela Secundaria Diurna Número 86 para entender el entorno en que se desenvuelve la interacción de su cotidianidad, y con base en la investigación de mercado se construye el perfil de los alumnos y se identifican los problemas de convivencia escolar que radican en dicha institución. Por último se explican los antecedentes y funciones del nuevo profesional llamado psicoorientador, la manera en que se integrará a la dinámica de la secundaria y la solución que ofrece a dichos conflictos.

Finalmente el tercer capítulo: “Propuesta de campaña social” es el producto de la investigación de campo. La realización de esta campaña social busca promover e integrar el trabajo del psicoorientador en la Escuela Secundaria Diurna Número 86 con el objetivo de ayudar a los adolescentes en el desarrollo de su inteligencia emocional, uniendo fuerzas entre todos los actores educativos involucrados en su educación para contrarrestar los problemas de convivencia escolar y obtener una escuela para la paz. Todo lo anterior se realiza con base en el brief y la creación de cada uno de sus elementos, la estrategia para la campaña surge de la investigación de mercado, el concepto creativo, el público objetivo, la estrategia de medios, el flowchart y el presupuesto.

Es así como este proyecto pretende alcanzar los objetivos antes planteados como parte de una contribución a la sociedad.

Capítulo 1.

Comunicación y Publicidad social.

En el presente capítulo se analiza y explica la teoría referente a la comunicación y a la publicidad social para poder entender la importancia que tiene, al dar voz a ciertos problemas sociales y al proponer algunos caminos de solución a dichos conflictos.

1.1. Definición de comunicación.

En este apartado se define y explica qué es la comunicación como ciencia, cómo y para qué funciona; retomando algunos conceptos teóricos básicos.

El diccionario de comunicación la define como:

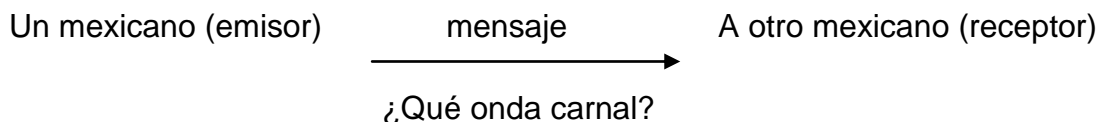
“Transmisión de información, ideas, actitudes o emociones de una persona o grupo a otro (u otros), principalmente de símbolos. Para que la comunicación tenga efecto, el significado interpretado por el receptor debe corresponder de manera precisa a lo transmitido por el emisor. La comunicación es la base de toda interacción social; permite la transmisión de los conocimientos acumulados y hace posible la existencia de una comprensión entre los individuos.”¹

La comunicación es la ciencia que estudia la transmisión de un mensaje (habla, gestos escritura, etc.), sea cual sea, a través de un código, un canal, un emisor y un receptor. Para que la comunicación se pueda llevar a cabo se debe decodificar el mensaje (lo que se desea transmitir) con un lenguaje en común entre el emisor (persona que crea el mensaje) y el receptor (persona que recibe el mensaje y lo decodifica) y se necesita un canal (el medio por donde se lleva el mensaje, los cinco sentidos de percepción del humano o aparatos de telecomunicaciones).

¹ RODRIGUEZ Vázquez, Arturo Guillemaud, *Diccionario de Comunicación*, Ediciones La Biblioteca, México, 2015, p. 107.

El lenguaje es una capacidad que todos los seres humanos poseen, es un sistema de símbolos, códigos, significados y significantes que toman un sentido tanto para el emisor como para el receptor.

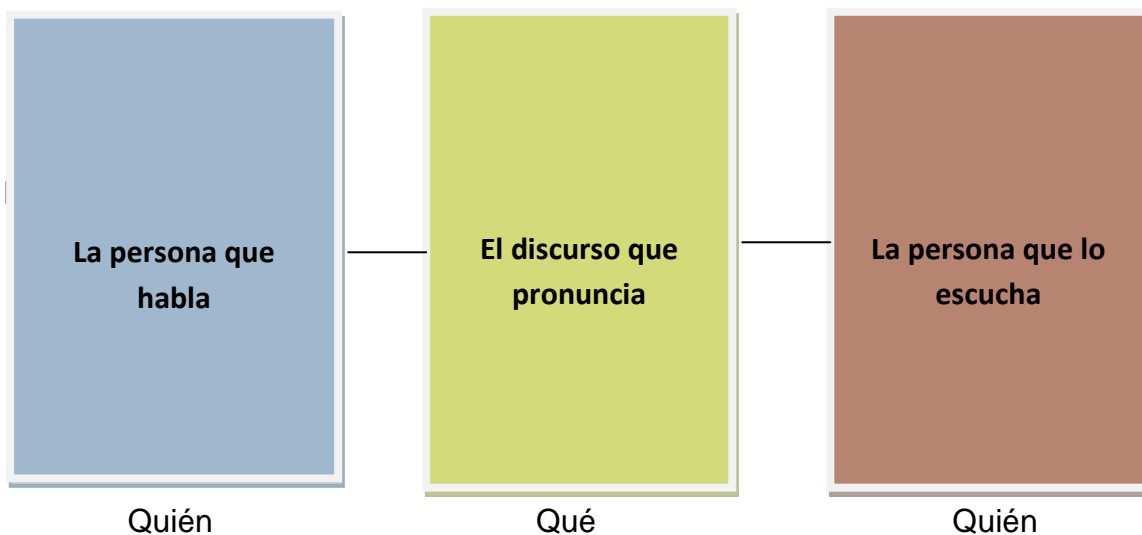
Por ejemplo, dos personas que hablan el mismo idioma o incluso que comparten la misma cultura.



Al tener todos estos elementos en común se da por entendido que el mensaje es un saludo. En lo anterior hay una interacción social y una clara comprensión, que según la definición del diccionario es la finalidad de la comunicación.

A continuación se muestran en las figuras uno, dos y tres representaciones gráficas del proceso de comunicación realizados por diferentes autores:

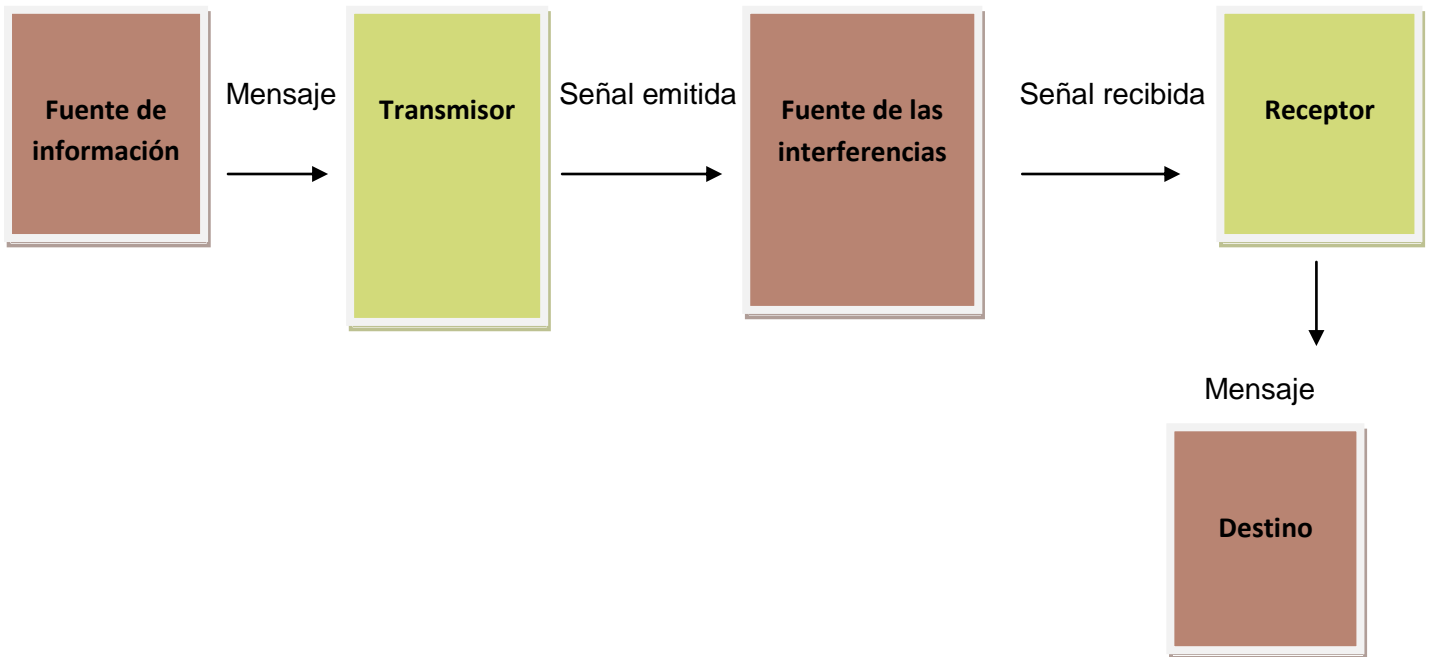
Figura 1. Proceso de comunicación desde Aristóteles.



Fuente: DE LA TORRE, Francisco Javier, *Ciencias de la Comunicación I*, Editorial McGraw-Hill, 2008, p. 3.

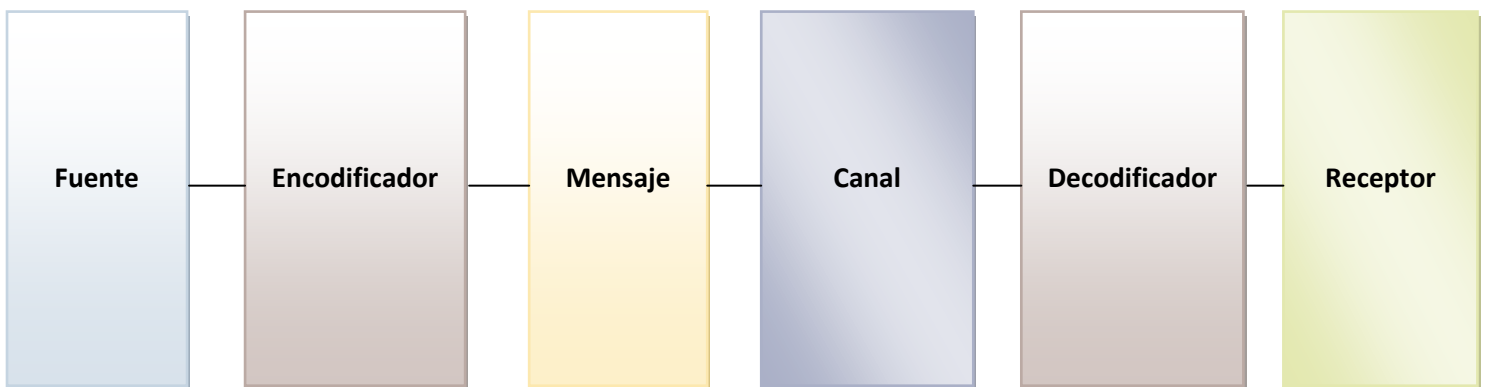
Figura 2. Proceso de comunicación desde Shannon y Weaver.

Es un ejemplo del proceso de la comunicación electrónica.



Fuente: DE LA TORRE, Francisco Javier, *Op. Cit*, p. 3.

Figura 3. Proceso de comunicación desde David K. Berlo.



Fuente: DE LA TORRE, Francisco Javier, *Op. Cit*, p. 4

La comunicación es de suma importancia para el desarrollo personal y social, por lo tanto tiene los siguientes efectos cognitivos según Reyzabal²:

- Toda información pertinente enriquece, en alguna medida, nuestro pensamiento.
- En teoría, la comunicación es sólo un medio de interacción que consiste sencillamente en mandar y recibir mensajes. No obstante, en la práctica, implica enviar el significado que el emisor desea para que el destinatario reaccione en función de las motivaciones.

Del último punto se desglosa una cuestión importante, durante el intercambio comunicativo se hallan otros factores como las motivaciones, los intereses, la mentalidad, la actitud, la personalidad que podrían beneficiar o afectar la retroalimentación.

La comunicación tiene dos funciones importantes a resaltar: la personal con la que se hace un intercambio habitual en una charla común y la comunicación de masas con la que el emisor y receptor interactúan de una manera indirecta.

En el siguiente apartado se explica una de las funciones de comunicación que ayuda al interés del emisor y motiva al receptor a cambiar de idea o actitud sobre cualquier aspecto: la comunicación persuasiva.

1.2. Comunicación persuasiva.

Existe una delgada línea entre persuasión y manipulación; todo depende de la intención de las personas.

La persuasión es “cualquier cambio que ocurra en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una comunicación, a lo que cabría añadir que dicha comunicación es diseñada y ejecutada intencionalmente con ese fin”.³

² REYZABAL, María Victoria, *Didáctica de los discursos persuasivos: La publicidad y la propaganda*, Ediciones La Muralla, 2002, p. 48.

³ BRIÑOL Turnes, Pablo, *Qué es persuasión*, Biblioteca Nueva, 2001, p. 14-15.

Por lo tanto la comunicación persuasiva es un tipo de comunicación que tiene el objetivo de convencer a un receptor o a un auditorio.

Para que la comunicación persuasiva se lleve a cabo debe haber un argumento comprobable y convincente que ayude a cumplir el objetivo de cambiar una conducta e implantar nuevos valores.

El objetivo se centra en el cambio de actitud, ya sea afectivo, cognitivo o conductual. Dentro del cambio, los tres anteriores elementos se pueden encontrar en dos transformaciones: la polarización y la despolarización.

“La polarización significa que, tras la comunicación persuasiva, la actitud de los receptores cambia en la dirección en la tendencia que la actitud presentaba inicialmente.”⁴

Por ejemplo, una persona aficionada al fútbol tras escuchar un discurso de su jugador favorito se siente más identificada con su equipo.

“La despolarización se da tras escuchar el mensaje correspondiente, se producen un cambio de la evaluación del objeto de actitud en la dirección contraria a la tendencia que la actitud presentaba inicialmente.”⁵

Por ejemplo, la misma persona aficionada al fútbol tras escuchar el discurso de su jugador favorito y no percibir sinceridad en sus palabras, se sentirá desilusionada y su equipo no le importará más.

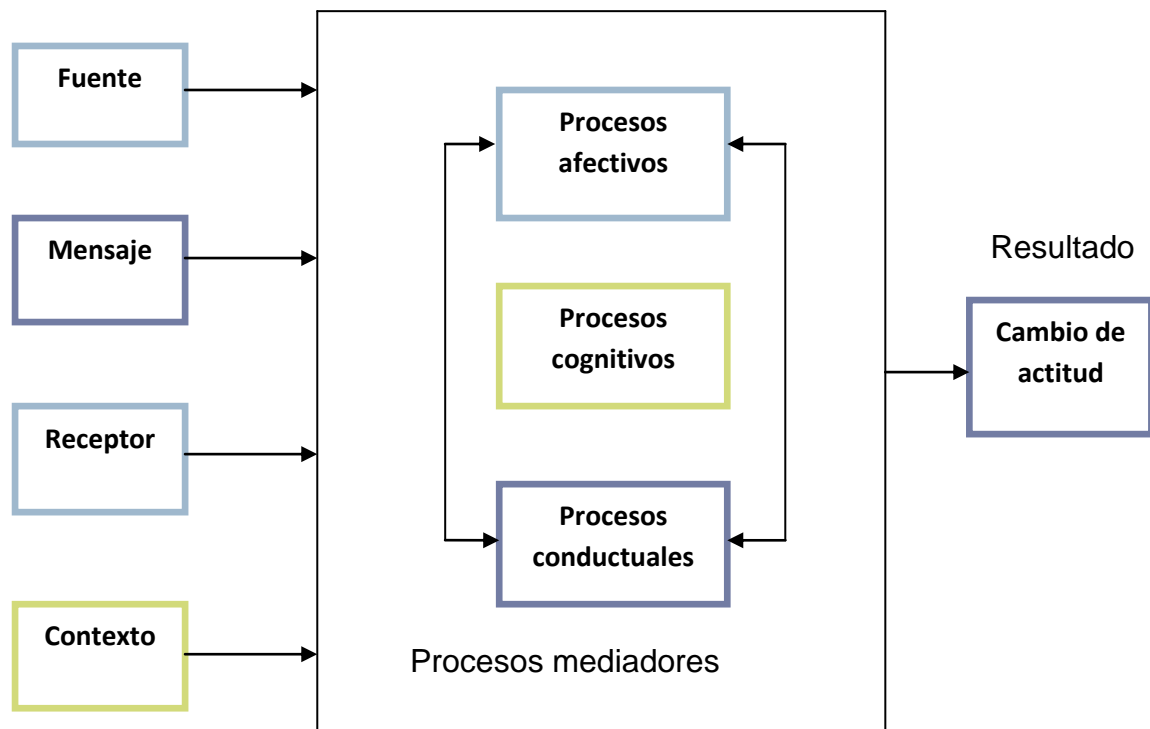
Estos cambios en los factores dependen de la comunicación persuasiva y de que tan fuerte o débil sea su argumento para que pueda funcionar de la manera planeada.

En la figura cuatro se representan algunas variables en el cambio de actitud a través de la comunicación persuasiva:

⁴ BRIÑOL Turnes, Pablo, *Op. Cit.*, p.18.

⁵ BRIÑOL Turnes, Pablo, *Op. Cit.*, p.18.

Figura 4. Variables independientes.



Fuente: BRIÑOL Turnes, Pablo, *Op. Cit.*, p.18.

En caso de que no se haya logrado persuadir, no quiere decir que el proceso de persuasión no se haya realizado.

De manera contraria, la persuasión que si se ha llevado a cabo con éxito, tuvo que haber pasado por algunas etapas, en la clasificación de Briñol son:⁶

- Exposición al mensaje: si los receptores del mensaje no ven o escuchan el mensaje, éste nunca podrá convencerles.
- Atención: las comunicaciones persuasivas deben, en primer lugar, captar la atención de los receptores del mensaje, ya que si estos ignoran el mensaje, los intentos persuasivos fracasarán desde su origen.
- Comprensión: el comunicador debe hacer comprensibles tanto los argumentos del mensaje como sus conclusiones.
- Aceptación: es el objetivo último de la persuasión y el más difícil de obtener.

⁶ BRIÑOL Turnes, Pablo, *Op. Cit.*, p. 21.

- **Recuerdo:** los sujetos influidos en una situación persuasiva deben retener y recordar la nueva actitud y sus componentes a lo largo del tiempo.
- **Conversión de la nueva actitud en conducta:** no depende, estrictamente hablando del proceso persuasivo, sino de muchos y diversos determinantes, propios y situacionales, que median la relación entre actitud y conducta.

Estos puntos son una prueba empírica sobre el impacto que causó la persuasión, además de ser un análisis del proceso de comunicación.

Hasta aquí se ha hecho el análisis de qué es la comunicación, para qué y cómo nos sirve. También se ha visto que dentro de sus clasificaciones se encuentra la comunicación persuasiva, cómo es que funciona y esto nos acerca al siguiente punto que va estrechamente relacionado con ella.

1.3. Definición de publicidad.

Siguiendo los puntos anteriores y la manera en que se han ido desarrollando, apegados a la idea de que todo funciona como un proceso, la siguiente definición de publicidad es la más pertinente:

“Proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado que, a través de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución con objeto de informar o de influir en su compra o aceptación.”⁷

La publicidad se puede adaptar perfectamente al proceso de comunicación general. El emisor se convierte en el anunciante, el mensaje es el anuncio, el receptor es el público meta y el canal los medios masivos. Existe una entidad donde se lleva a cabo todo lo anterior, denominada como agencia de publicidad, es el lugar donde se le proporcionan a los anunciantes servicios exclusivos de la publicidad y análisis de sus efectos.

En el cuadro uno se especifica el proceso de publicidad:

⁷ ORTEGA Martínez, Enrique, *La comunicación publicitaria*, Ediciones Pirámide, 2004, p. 22.

Cuadro 1. Proceso de publicidad.

Emisor	Medios/objetivo	Receptor
Empresas públicas, empresas privadas que comercializan bienes, servicios, ideas, o personas.	Agencias publicitarias, medios masivos de comunicación/ venta, adhesión a modo de vida, estilos y valores sociales.	Consumidores, compradores.

Fuente: GARCÍA, Carola, *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI*, 2007, p. 41.

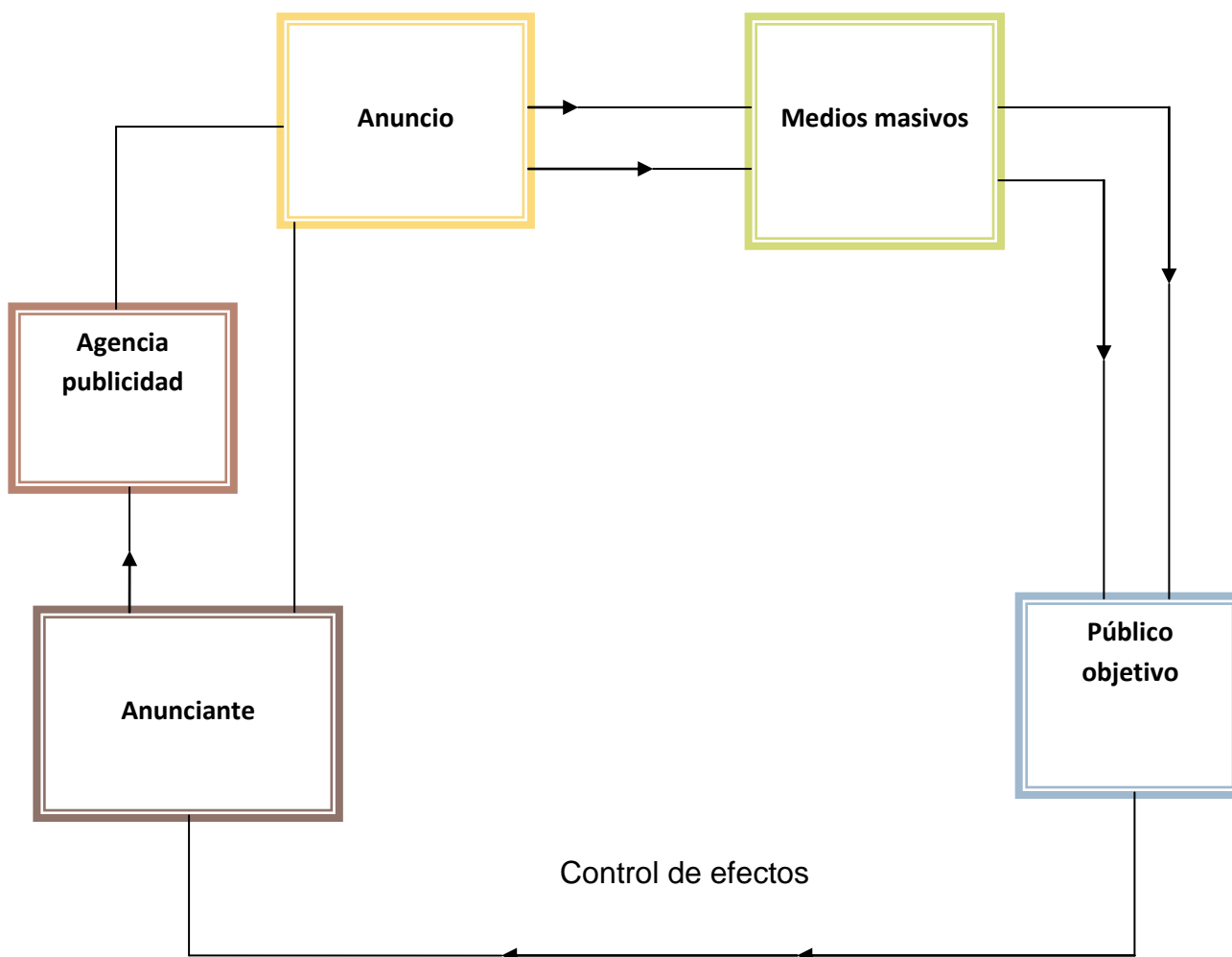
Por tanto, la publicidad es un proceso de comunicación donde todas sus partes o elementos están bien coordinadas para llegar a su objetivo y a su público meta. Es de carácter impersonal, no hay un contacto personal entre el anunciante y el público.

La publicidad pretende llegar a un número grande de personas, utiliza generalmente los medios masivos de comunicación (aunque no en todos los casos) y son utilizados por todos los tipos de publicidad que existen. Entre los medios masivos se encuentra la televisión, la radio, revistas, periódicos y cine, también conocidos como medios de comunicación tradicionales.

La publicidad sirve para dar a conocer o anunciar productos tangibles o intangibles, bienes o servicios. Por ejemplo, un simple refresco o un seguro para autos.

En la figura cinco se resume el proceso comunicativo de publicidad.

Figura 5. Proceso comunicativo de publicidad.



Fuente: ORTEGA Martínez, Enrique, *Op. Cit*, p.21.

El proceso de publicidad es parecido al proceso de comunicación, también se compone de elementos básicos para que sea sencillo su entendimiento y logre su meta. En el cuadro dos se presentan sus partes:

Cuadro 2. Componentes del proceso de publicidad.

QUÉ decir:	Eje del Mensaje, de acuerdo con los objetivos.
CÓMO decirlo:	Creatividad, Forma y Contenido del Mensaje.
A QUIÉN decirlo:	Públicos objetivos/Destinatarios/Target Group.

DÓNDE decirlo:	Estrategia de Comunicación. Medios y soportes donde insertar los mensajes.
CUÁNDO decirlo:	Plan táctico y temporal de las acciones.

Fuente: MACIA Mercade, Juan, *Comunicación persuasiva para la sociedad de la información*, Universitas, 2000, p. 39.

En el apartado anterior se habla del concepto de comunicación persuasiva que pretende hacer un cambio de actitudes y va de la mano con el concepto de la publicidad vista desde la perspectiva de la psicología.

“La publicidad es un fenómeno a través del cual alguien intenta comunicar algo a un conjunto de personas, que llamaremos población-objetivo, con objeto de persuadirles a actuar en un sentido determinado.”⁸

De lo anterior se pueden desprender tres puntos claves de la función de la publicidad:

- Comunicar
- Persuadir
- Actuar

Cabe señalar en el segundo punto que: “la persuasión de que se vale la publicidad no es una forma autónoma de aconsejar: responde a un sistema de referencias a nivel social y promueve la integración a valores aceptados (...)”⁹

Lo cual quiere decir que no solamente es el consejo aislado, sino la forma simbólica en que es presentado para que quepa dentro de los parámetros aceptados por dicho grupo social/grupo meta.

Existen varios tipos de publicidad, la más común es la publicidad comercial que es¹⁰:

“La publicidad es una práctica comunicativa mediadora entre el mundo material de la producción y el universo simbolizado del consumo, que posibilita que los anunciantes, merced al desarrollo y uso de un lenguaje específico, creen su

⁸ DURAN, Alfonso, *Psicología de la publicidad y de la venta*, CEAC, 1989, p. 17.

⁹ GARCÍA, Carola, *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI*, 2007, p. 54.

¹⁰ MACIA Mercade, Juan, *Op. Cit*, p. 38.

propia demanda y puedan no sólo controlar los mercados, sino incluso prescindir de ellos”.

Su objetivo principal es comunicar al público meta acerca de bienes, servicios y productos que pueden adquirir de manera monetaria, para sus necesidades, pueden ser básicas o inventadas por el mercado. El mercado realiza la oferta y demanda de las empresas que requieren de la publicidad, gracias a ella, estas empresas o marcas realizan su función de manera altamente eficaz.

“La publicidad con las características con que la conocemos hoy en día es producto de un intercambio mercantil derivado de una producción industrial y de una concentración del mercado que se definió de manera más clara en la segunda mitad del siglo XX.”¹¹

La anterior frase explica que sin duda la publicidad forma parte del marketing, concepto que se aborda más adelante.

En resumen la publicidad como lo señala García es¹²:

- Una parte del proceso de producción industrial que tiene que ver con la comercialización, la promoción, de mercancías y servicios, y la aceleración del ciclo de circulación de las mercancías.
- Un mensaje persuasivo que promueve la venta y trata de convencer al receptor de consumir el producto, al mismo tiempo que propone la aceptación de un modo de vida que se rige por el intercambio material.
- Un servicio que una agencia vende al anunciante, cuyo producto final es un mensaje.
- Una actividad comunicativa, donde los mensajes publicitarios median entre el productor de bienes y los posibles consumidores.

Por ejemplo, productos que llevan muchos años en el mercado, como Coca-Cola aún se valen de la publicidad para seguir permaneciendo dentro de él. Un mensaje persuasivo de una marca prestigiosa, como cualquier marca de automóviles, transmite que al usar el producto se adquiere estatus social, reconocimiento o un nuevo estilo de vida.

¹¹ GARCÍA, Carola, *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI*, 2007, p. 30.

¹² GARCÍA, Carola, *Op. Cit*, p. 43.

Hasta aquí se reviso el concepto general de publicidad y cuál es el tipo más utilizado que es el comercial, lo que lleva a la explicación del siguiente tipo, además de ser el más adecuado para dicha investigación: la publicidad social.

1.4. Definición de publicidad social.

Como se ha visto en el apartado anterior, la publicidad comercial está interesada en que su público meta consuma ciertos productos, servicios o estilos de vida; la publicidad social marca su diferencia en que se concentra en una causa social que ayude al beneficio de un grupo meta, de una organización o empresa; promueve una idea, expone los problemas sociales y busca la participación ciudadana. Andrada y Bonetto la definen de la siguiente manera¹³:

“La publicidad social es la implantación de ideas de un mercado o grupos no lucrativos para lograr un objetivo de comunicación que ataque un problema social con la finalidad de cambiar la actitud o el comportamiento de los individuos.”

Para mayor precisión en el cuadro tres se muestran las diferencias concretas entre publicidad social y comercial:

Cuadro 3. Variantes de publicidad social y comercial.

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

Fuente: Elaboración propia.

¹³ ANDRADA, Ana; BONETTO, Guillermo, *Un fenómeno social llamado publicidad*, Editorial Brujas, 2000, p. 21.

Por ello, las campañas sociales promueven el cambio en las percepciones y actitudes en el grupo objetivo. Lo ideal para este tipo de campañas es realmente lograr un cambio social que sería magnífico para el progreso y una mejora en la convivencia de las personas.

Lo anterior encamina a otro punto importante, reconocer a la publicidad como parte del marketing que tiene como objetivo, llevar una mercancía del productor al consumidor para que el anterior obtenga un beneficio. La publicidad social se vale de las técnicas del marketing para conseguir su objetivo, por ejemplo, la investigación de mercados, diseño y planeación.

Según Naghi, el concepto de marketing es¹⁴:

“La mercadotecnia es el análisis, instrumentación y control de programas cuidadosamente formulados y diseñados para que se efectúen voluntariamente intercambios de valores con los mercados de interés para la organización. Con el propósito de que logre sus objetivos, tiene que diseñar su oferta tomando en cuenta las necesidades y deseos del mercado que se propone conquistar, y el uso efectivo de las técnicas de precios, comunicación y distribución, para informar, motivar y servir a dicho mercado.”

La publicidad dentro del marketing es un proceso que difunde información al segmento del mercado al que se desea llegar; y su papel esencial es facilitar la relación de intercambio entre una organización y su público que beneficiará a ambos.

Entonces se desglosa otro concepto, el marketing social¹⁵:

“El marketing social es el diseño, implementación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales, implicando consideraciones de planificación de productos, precio, comunicación, distribución e investigación de marketing.”

El marketing social estudia la relación de intercambio de ideas y también busca un cambio de comportamientos y actitudes.

¹⁴ NAGHI, Mohammad, *Mercadotecnia social*, Editorial Limusa, 1985, p. 32.

¹⁵ KOTLER, Philip, *Mercadotecnia social: estrategias para cambiar el comportamiento público*, Editorial Diana, 1993, p. 3.

Dentro del marketing social se pueden encontrar distintas clasificaciones con objetivos diferentes; por sus distintos enfoques en la información y públicos meta.¹⁶

- Marketing sin fines de lucro: este tipo de marketing no persigue ningún objetivo económico, por lo general lo realizan asociaciones, fundaciones u organizaciones que atienden los problemas como la educación, alimentación, discapacidades, etc. También las instituciones que no dependen del gobierno como instituciones de beneficencia privada e instituciones de asistencia privada suelen manejarlo.

Por ejemplo, una campaña social que se realizó en Japón, llamada “Second life toys” para cambiar la percepción de la donación de órganos.

Imagen 1. Campaña “Second life toys”.



Fuente: <http://www.secondlife.toys/en/>. [Fecha de consulta: 16 de abril del 2018]. 21:09 pm.

- Marketing de causa: aquí se realizan actividades de tipo social para generar valor y mantener la competencia; además de realizar acciones para conseguir que el consumidor asocie la marca con alguna causa, obteniendo una imagen de responsabilidad.

Por ejemplo, Fundación Cinépolis creó la campaña llamada “Del amor nace la vista” donde por cada peso que el consumidor gasta, la empresa se compromete a poner un peso más para ayudar a personas con problemas de cataratas. (Ver Imagen 2).

¹⁶ SALAMANCA, Eder, apuntes de clase, “Campañas de publicidad social”, FCPYS, 2016.

Imagen 2. Campaña “Del amor nace la vista”.



Fuente:<http://www.fundacioncinepolis.org/programa-del-amor-nace-la-vista.php>. [Fecha de consulta: 16 de abril del 2018]. 21:21 pm.

- Marketing social corporativo: se dedica a la administración de recursos humanos, técnicos o financieros de proyectos con interés social que se desarrollan en torno a la filosofía de la empresa mediante la colaboración con organizaciones no lucrativas.

Por ejemplo, la empresa Coca-Cola tiene como filosofía generar un mayor desarrollo social, por ende su fundación impulsa una mejor calidad de vida en las comunidades donde operan y se compromete con el medio ambiente promoviendo el reciclaje de botellas.

Imagen 3. Campaña de promoción para reciclar. .



Fuente:<https://www.coca-colamexico.com.mx/historias/conoce-el-proceso-de-reciclaje-en-azul>. [Fecha de consulta: 16 de abril del 2018]. 21:33 pm.

- Marketing triple “P”: da a conocer la importancia de las actividades corporativas con relación a la tres “P”:
 - People: se refiere a las consecuencias sociales de sus acciones.
 - Planet: se refiere a las consecuencias ecológicas.
 - Profit: se refiere al beneficio económico.

Por ejemplo, Grupo Bimbo tiene como filosofía preocuparse por el planeta, por las personas al fomentar hábitos saludables como el ejercicio y una buena alimentación y por desarrollar productos de calidad.

Imagen 4. Equipo de fútbol infantil Grupo Bimbo.



Fuente:<https://grupobimbo.com/es/sustentabilidad/grupo-bimbo-sustentable/que-hacemos-en-sustentabilidad>. [Fecha de consulta: 16 de abril del 2018]. 21:44 pm.

En el siguiente apartado se revisa y explica los tipos de campañas sociales. Se hace la distinción del tono y la intención en que se difunde el mensaje.

1.5. Tipos de campañas sociales.

Para empezar este apartado, primero se especifica el concepto de qué es una campaña de publicidad¹⁷:

“Una campaña publicitaria es una serie de anuncios coordinados que comunica un tema razonablemente cohesivo e integrado acerca de una marca. El tema puede estar conformado por varias afirmaciones o puntos, pero debe avanzar sobre un tema esencialmente singular. Se pueden desarrollar campañas publicitarias exitosas alrededor de un solo anuncio colocado en múltiples medios o pueden estar constituidas de diversos anuncios con un aspecto, sensación y mensaje similares.”

Hay diferentes tipos de campañas sociales con distintas características, con las cuales son posibles identificarlas una de otra. Sus diferencias radican desde el tipo de mensaje hasta la creatividad misma. Y se clasifican de la siguiente manera:¹⁸

1. Incentivación a la acción inmediata: el objetivo es lograr que el público al que se dirige la información, realice una acción en un tiempo breve, con la finalidad de conseguir una reacción inmediata del público.
2. Sensibilización: la finalidad de este tipo de campaña es ser emotiva y lograr una actitud positiva hacia el concepto, aunque sea por poco tiempo.
3. Campañas de educación e información pública: el tiempo en que aparece el anuncio es largo, su contenido es informativo y se utilizan en conjunto con ideas originales y creativas, aunque la respuesta puede ser lenta, porque el objetivo es modificar una creencia y en ocasiones lo que frena a este tipo de campañas es el presupuesto.
4. Promoción en la participación de actividades de responsabilidad cívica: generalmente este tipo de campañas se presentan en tiempos de elecciones, donde se invita a la población a participar ejerciendo su voto

¹⁷ O' GUINN, Thomas, *Publicidad y promoción integral de marca*, CENCAGE Learning, 2013, p. 14.

¹⁸ TESIS, Universidad Nacional Autónoma de México, *Propuesta de campaña social de posicionamiento para AINDAC*, CAMPOS Santiago, Denisse, 2011, p.24, 25, 26.

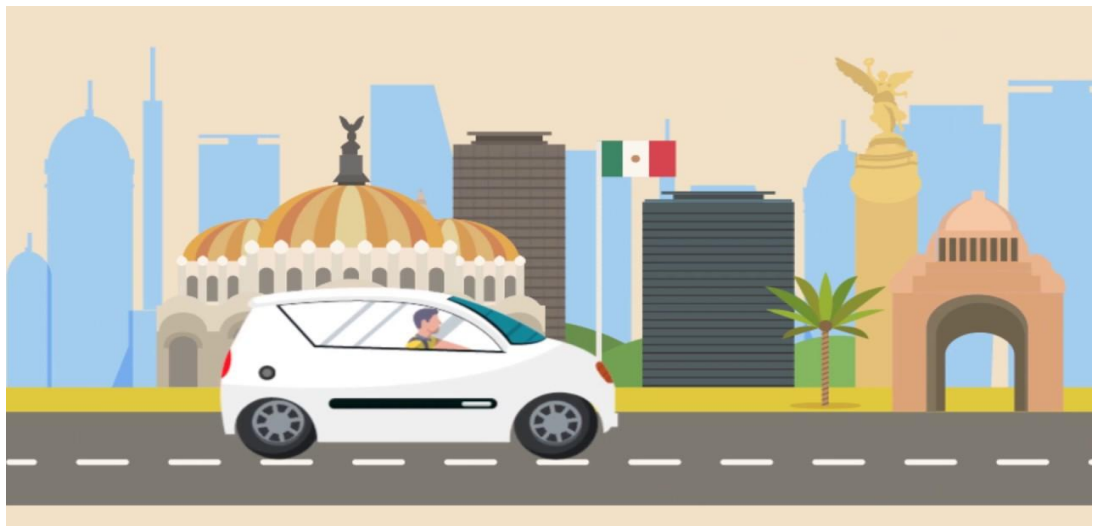
o bien se invita a renovar las credenciales para que los ciudadanos puedan votar.

5. Solicitud de apoyo de la sociedad frente a contingencias naturales: este tipo de campañas aparecen en situaciones de emergencia, cuando nuestro país es devastado por algún fenómeno natural y se requiere ayuda de la población.
6. De imagen: tiene como objetivo mostrar a la población una imagen positiva de alguna empresa sin fines de lucro que busca ayudar una causa social.

Algunos ejemplos de los siguientes tipos de campañas pueden ser los siguientes:

1. Incentivación a la acción inmediata: son campañas cortas de alguna temporada específica. Por ejemplo, se realiza una campaña para los migrantes que deciden viajar a la Ciudad de México en ciertas épocas del año.

Imagen 5. Campaña "Paisano".



Fuente: <https://www.gob.mx/paisano>. [Fecha de consulta: 16 de abril del 2018]. 12:22 am.

2. Sensibilización: son campañas recordadas gracias a la motivación, como las de temática de rescate animal. Por ejemplo, las organizaciones que fomentan la adopción de perros y gatos callejeros para contrarrestar la compra de los mismos.

Imagen 6. Campaña “Los animales se respetan”.



Fuente: <http://www.rescateanimal.org.ec/educacion/>. [Fecha de consulta, 10 de abril del 2018]. 21:05 pm.

3. Campañas de educación e información pública: este tipo de campañas suelen utilizarse por instituciones de gobierno por lo general, como las de contenido en contra de la violencia. Por ejemplo, las campañas de Inmujeres en contra de la violencia contra el género femenino.

Imagen 7. Campaña “No más violencia”.



Fuente: <https://www.gob.mx/inmujeres/articulos/no-mas-violencia-contra-las-mujeres?idiom=es>. [Fecha de consulta, 10 de abril del 2018]. 21:10 pm.

4. Promoción en la participación de actividades de responsabilidad cívica: también suelen utilizarse para invitar a la gente a no tirar basura o no generar cualquier tipo de contaminación ambiental. Por ejemplo, la campaña que implementó la Delegación Cuauhtémoc para no tirar basura en la calle, además de separarla.

Imagen 8. Campaña “No seas basurita”.



Fuente: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/03/16/1152485>. [Fecha de consulta, 10 de abril del 2018]. 21:26 pm.

5. Solicitud de apoyo de la sociedad frente a contingencias naturales: se pueden utilizar después de haber sufrido algún desastre para lo cual se necesita ayuda de toda la población para que haga donaciones o ayude de la manera en que pueda. Por ejemplo, Global Sharper una comunidad perteneciente al Foro Económico Mundial lanzó una campaña de ayuda en el terremoto ocurrido en la Ciudad de México en el 2017. (Ver Imagen 9).

Imagen 9. Campaña "A hand for Mexico".



Fuente: <https://www.imagenradio.com.mx/rodrigo-pacheco/global-shapers-en-mexico-apoyan-damnificados-del-sismo> [Fecha de consulta, 10 de abril del 2018] 21:47 pm.

6. De imagen: este tipo de campañas suelen utilizarse por grandes empresas como Telmex que ayudan una causa social sin fines de lucro. Por ejemplo, esta empresa dona bicicletas a niños y niñas de zonas alejadas que les faciliten llegar a sus escuelas.

Imagen 10. Campaña "Ayúdame a llegar".



Fuente: <http://www.fundaciontelmextelcel.org/ayudame-a-llegar>. [Fecha de consulta, 10 de abril del 2018]. 22:10 pm.

En el siguiente apartado se muestran, explican y ejemplifican los elementos y características de los que se compone una campaña social.

1.6. Elementos de las campañas sociales y sus características.

Existen algunos elementos de los cuales depende el éxito o fracaso de una campaña social. Philip Kotler quien es considerado el padre del marketing social, pone como clave los siguientes factores:¹⁹

- Causa: aquel objetivo social que los agentes del cambio creen que proporcionarán una respuesta deseable a un problema social.
 - Agente de cambio: un individuo, una organización o una alianza que intenta realizar un cambio social: que da cuerpo a la campaña de cambio social.
 - Adoptantes objetivo: individuos, grupos, poblaciones enteras, que son el objetivo de las llamadas al cambio por parte del agente de marketing social.
 - Canales: vías de comunicación y de distribución, a través de las cuales se intercambian influencias y respuestas y se transmiten hacia adelante y hacia atrás, entre los agentes de cambio y los adoptantes objetivo.
 - Estrategia de cambio: dirección y programa adoptados por un agente de cambio para realizar el cambio en las actitudes y las conductas de los adoptantes objetivo.
- Por ejemplo, el agente de cambio puede ser el beneficiario de la campaña, la sociedad, administraciones públicas, voluntariados, empleados y públicos especiales. El agente debe identificar al público objetivo al que se le pretende hacer un cambio de actitud o conducta de manera voluntaria tomando en cuenta sus convicciones, valores y creencias. Por ejemplo, Grupo Modelo se puede considerar un agente de cambio por incentivar al trabajo comunitario con el fin de crear conciencia ambiental en su programa “Voluntarios Modelo”. Invita a las familias y población en general a unirse. (Ver Imagen 11).

¹⁹ KLOTTER, Philip, *Marketing Social: Estrategia para cambiar la conducta pública*, Editorial Diana, 1993, p. 20.

Imagen 11. Programa “Voluntarios Modelo”.



Fuente: <https://voluntariosmodelo.com.mx/MX-es/project-detail/2508> [Fecha de consulta: 17 de abril del 2018]. 16:51 pm.

- La campaña social debe tener una causa bien definida para que tenga una buena aceptación y de verdad haya un intento de cambiar el problema social. Por ejemplo, la marca Lee desde la década de los noventa, impulsó una causa social, que consiste en que por un día se use mezclilla en el trabajo y donen cinco dólares por ese derecho. Esto como una campaña para recaudar fondos para el cáncer de mama.

Imagen 12. Campaña “Finish the fight”.



Fuente: <https://www.lee.com/denim-day.html>. [Fecha de consulta: 17 de abril del 2018]. 17:16 pm.

- Adoptantes objetivo: son las personas que deben aceptar y adoptar las nuevas conductas. Por ejemplo, Nestlé propuso que para el año 2018 disminuiría la cantidad de azúcar en sus productos, en este caso su nicho de mercado debe aceptar este nuevo cambio, ya que es en pro de su salud.

Imagen 13. Nestlé “Reducción de azúcar”.



Fuente: <https://www.nestle.com.mx/csv/nutricion/reducir-el-contenido-de-ingredientes-que-pongan-en-riesgo-la-salud>. [Fecha de consulta: 17 de abril del 2018]. 17:31 pm.

- Canales: el canal es el medio por el cual se lleva a cabo la interacción entre el agente de cambio y los adoptantes objetivos. Por ejemplo, las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Whatsapp.
- Estrategia de cambio: puede ser un programa que realiza la empresa que funciona como agente de cambio. Por ejemplo, la empresa Coca-Cola tiene programas que ha desarrollado por todo el país. Uno de ellos es “Vive tu parque” que consiste en un grupo de aparatos para ejercitarse colocados en lugares estratégicos como los parques de recreación. (Ver Imagen 14).

Imagen 14. Programa “Vive tu parque”.



Fuente: <https://www.coca-colamexico.com.mx/fundacion-coca-cola>. [Fecha de consulta: 17 de abril del 2018]. 17:56 pm.

Hasta aquí se ha hecho el análisis de la definición de publicidad social, cómo se relaciona con el marketing social, sus diferentes enfoques, los tipos de campañas sociales y los componentes importantes que deben incluirse para que sean exitosas.

En el siguiente apartado se explica de que van las 7 p's del marketing social, un nuevo enfoque que se introduce a partir del uso del internet dentro de esta disciplina: el marketing mix.

1.7. Las 7 p's del marketing social.

A partir del surgimiento de la era digital muchas disciplinas han tenido que ampliarse para introducir este nuevo mundo que ha venido a facilitar muchos aspectos de la vida. El estudio de la publicidad y el marketing no se ha quedado atrás, por la sencilla razón de que trabaja directamente con la sociedad, por ende también ha tenido que evolucionar junto con ella.

La reformulación de las 4 p's ha sido necesaria para este fin y ahora podemos saber de 7 p's que según Dave Chaffey son las siguientes:²⁰

²⁰ Fuente: <https://www.merca20.com/las-7-ps-de-la-mercadotecnia-digital/>. [Fecha de consulta: 17 de abril del 2018]. 20:52 pm.

- ❖ **Producto:** la versión digital de un producto pretende extender la capacidad informativa y persuasiva del mismo, a través de nuevos y diferentes atributos de los ya conocidos en el mundo físico (empaques, presentaciones, variedad, sabores, etc.)
- ❖ **Precio:** el concepto del precio en el mundo digital es totalmente transparente y democrático. La existencia de herramientas en línea para comparar precios y ofertas genera un entorno más competitivo y agresivo. Cuando no es posible validar el beneficio de un producto en cuanto a su precio o valor en el mundo físico, en los medios digitales tenemos la posibilidad de comparar y validar más atributos que nos permitan tomar una decisión más informada.
- ❖ **Plaza:** intervienen nuevos modelos de negocio para entregarle al cliente una mayor satisfacción o experiencia de compra o uso. Es importante destacar que en el mundo del comercio electrónico los segundos y los minutos cuentan más en cuanto a la toma de decisiones respectan.
- ❖ **Promoción:** se usa para generar curiosidad, expectativas, activar clientes, vender y generar lealtad a lo largo de los medios sociales y digitales existentes. Las posibilidades se multiplican, con el uso de geo localización, programas de lealtad, cupones electrónicos, cross y upsale, entre otras mecánicas. También la publicidad digital, tanto en sitios *web* como en motores de búsqueda.
- ❖ **People (gente):** el funcionamiento exitoso de los nuevos medios digitales depende de las personas, quienes constituyen los llamados medios ganados. Otros recursos como el "*Crowdsourcing*" se detonan con apoyo voluntario de los consumidores. La motivación, la comunicación clara y los incentivos adecuados forman parte integral de esta nueva mezcla de mercadotecnia.
- ❖ **Posicionamiento:** producto o cualquiera que sea el punto bajo una estrategia de posición debe ser claro y bien definido o enfrentarse al fracaso.
- ❖ **Processes (Procesos):** los procesos internos deficientes o la falta de ellos, será directamente proporcional a la pérdida de credibilidad por parte del cliente.

Por ejemplo:

- Producto: debe estar directamente relacionado con el grupo meta de la marca y tiene que cumplir con sus necesidades.

El producto es un bien, un servicio o por lo general una idea intangible que beneficia a resolver la problemática social.

Tal es el caso de la campaña social que promueve la vacunación para que la población obtenga la atención necesaria para cuidar su salud.

Imagen 15. Campaña de vacunación “México sin polio”.



Fuente: <https://www.gob.mx/salud>. [Fecha de consulta: 17 de julio de 2018]. 20:23 pm.

- Precio: el cliente está dispuesto a pagar una cantidad de dinero a cambio de que la marca cuide de él y sus necesidades, además de que se le premie de una vez en cuando con promociones y ofertas. El precio no sólo puede ser de orden cuantitativo, sino también cualitativo. Este se refiere al costo de oportunidad y el costo de energía.

La campaña “Limpiemos nuestro México” es un ejemplo del costo de energía que las personas están dispuestas a pagar para resolver un problema ambiental. (Ver Imagen 16).

Imagen 16. Campaña “Limpiemos nuestro México”.

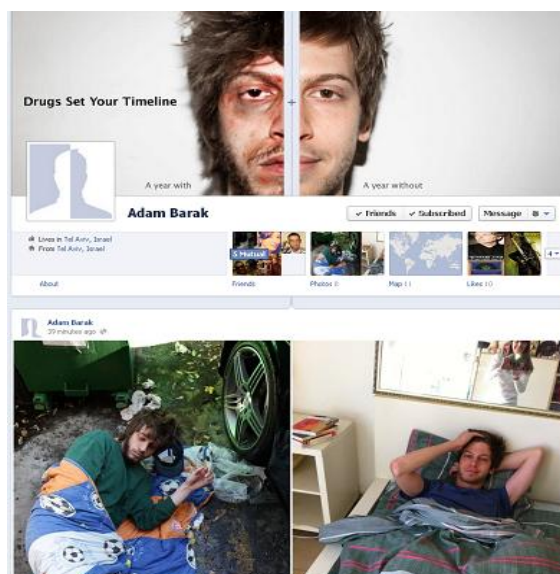


Fuente: <https://www.gob.mx/semarnat>. [Fecha de consulta: 17 de julio de 2018]. 20:52 pm.

- Plaza: el producto debe tener un buen lugar donde mostrarse, no solamente en las tiendas físicas, sino también en las tiendas online. Además de cumplir con mejores características que las de la competencia.

La asociación “Anti-Drug Authority” utilizó las redes sociales para realizar su campaña para concientizar acerca de los usuarios que comparten su vida y experiencias en Facebook aprovechando el timeline para poner en evidencia la diferencia entre su vida con drogas y sin ellas.

Imagen 17. Campaña “Drugs set your timeline”.



Fuente: <http://www.antidrugs.org.il>. [Fecha de consulta: 17 de julio de 2018]. 21:33 pm.

- Promoción: puede estar dirigida a clientes de la marca o clientes potenciales para seguir generando ventas al mismo tiempo que el consumidor se siente cómodo con la marca. Pone de relieve las características del producto, así como los objetos tangibles y servicios, con base en las estrategias de fijación del precio.

La campaña “Fuckleucemia” de la marca Hawkers lanzó en el Día Internacional del Cáncer Infantil, una edición limitada de lentes de sol para adulto, cuyos fondos fueron donados a la Fundación Unoentrecienmil.

Imagen 18. Campaña “Fuckleucemia”.



Fuente: <https://www.hawkersmexico.com>. [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018] 20:07 pm.

- People: la marca construye una relación donde el target deber ser tratado como una persona y se le dé una consideración especial.

La campaña “This girl can” concientiza e invita a las mujeres para que practiquen un deporte que piensan que no pueden entrenar de igual manera que un hombre. El objetivo principal es reducir la brecha de género en la sociedad.

Imagen 19. Campaña “This girl can”.



Fuente: <http://www.thisgirlcan.co.uk>. [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018]. 20:45 pm.

- Posicionamiento: para permanecer en un lugar privilegiado dentro del mercado, la marca realiza varias acciones como renovar o dar una característica especial a sus productos y servicios que los diferencien de su competencia.

Volkswagen, una marca bien posicionada dentro del mercado automotriz, lanzó la campaña “Reduce speed dial” que sensibiliza a los padres de familia que a diario conducen un automóvil, mostrando en el tablero mensajes especiales para recordar a sus hijos que esperan en casa.

Imagen 20. Campaña “Reduce speed dial”.



Fuente: <https://www.adsoftheworld.com/media/digital/volkswagen>. [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018]. 21:08 pm.

- Procesos: se monitoriza la social media de la marca a través de entrevistas de satisfacción del cliente y se procesan los resultados para tener acciones que contribuyan a su permanencia. Se pretende procesar los datos, además de incluir ideas provenientes del público meta. La campaña “Úsalo” de la Secretaria de Salud tiene como acción dar de manera gratuita métodos anticonceptivos a jóvenes. (Ver Imagen 21).

Imagen 21. Campaña "Úsalo".



Fuente: <http://www.usalo.cdmx.gob.mx>. [Fecha de consulta: 18 de julio de 2018]. 21:43 pm.

Como se pudo observar en el capítulo uno, se hizo el análisis, explicación y ejemplificación de conceptos de comunicación y publicidad relacionados uno con el otro yendo de lo general a lo particular que ayudan al entendimiento de la presente investigación y propuesta de campaña social.

Capítulo 2.

La educación a nivel secundaria. Escuela Secundaria Diurna número 86 y el papel del psicoorientador.

En el presente capítulo se explica la situación de la educación a nivel secundaria, particularmente el caso de la Escuela Secundaria Diurna número 86, además de las funciones que imparte un psicoorientador y cómo las implementaría en dicho plantel para poder lograr el objetivo de la resolución de los problemas de convivencia escolar.

2.1. Política educativa y normatividad.

En este apartado se muestra la política educativa y normatividad de la educación que se encuentra especificada en las leyes e instituciones educativas de México.

La Constitución Política de 1917 que es el documento que se rige actualmente, dicta en su artículo tercero dedicado a la educación lo siguiente²¹:

“Toda persona tiene derecho a recibir educación. El Estado -Federación, Estados, Ciudad de México y Municipios-, impartirá educación preescolar, primaria, secundaria y media superior. La educación preescolar, primaria y secundaria conforman la educación básica; ésta y la media superior serán obligatorias. La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente, todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.”

En los dos primeros párrafos establece que todo mexicano tiene derecho a la educación independientemente del lugar de su residencia, asimismo que es obligatoria hasta el nivel medio superior. El Estado tiene la obligación de

²¹ Fuente: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/3.pdf>. [Fecha de consulta: 30 de abril del 2018] 17:36 pm.

fomentar la armonía, las facultades, el amor a la patria, respeto, conciencia, solidaridad, independencia y justicia.

En la fracción II, inciso C, fija lo próximo²²:

“Contribuirá a la mejor convivencia humana, a fin de fortalecer el aprecio y respeto por la diversidad cultural, la dignidad de la persona, la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos [...]”

Este punto es importante para la investigación, la Constitución decreta que la educación debe contribuir a la mejora de la convivencia humana para germinar el aprecio, el respeto entre las personas, el interés de entender a la sociedad en que se vive, la lealtad de la familia e igualdad.

Para que tales disposiciones se puedan llevar a cabo, la Carta Magna pronuncia que deben existir entidades o instituciones para que las regulen.

El poder ejecutivo es quien se encarga de determinar los planes y programas de estudio de la educación básica y normal para todo el país, además debe de considerar a todos los actores de la educación, alumnos, padre de familia y maestros.

En la fracción VIII pronuncia que el congreso de la unión tiene el fin de coordinar la educación en todo el país, expidiendo leyes que ayuden a la función social educativa, fijar aportaciones económicas y señalando sanciones a los funcionarios que no cumplan las disposiciones establecidas.

En la fracción IX se lee que para garantizar los servicios educativos de calidad, se funda el Sistema Nacional de Evaluación Educativa que está dirigido por el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, quien es encargado de evaluar la calidad, desempeño y resultados del sistema educativo nacional a nivel preescolar, primaria, secundaria y media superior.

²² Fuente: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/3.pdf>. [Fecha de consulta: 30 de abril del 2018] 17:48 pm.

Para poder cumplir con lo dictado por la Constitución en su artículo tercero a nivel nacional se necesitó de la creación de un órgano que ayude a la regulación de todos los puntos establecidos. El 3 de Octubre de 1921 surgió la Secretaría de Educación Pública (SEP) cuyo propósito esencial es: “crear condiciones que permitan asegurar el acceso de todas las mexicanas y mexicanos a una educación de calidad, en el nivel y modalidad que la requieran y en el lugar donde la demanden.”²³

La Secretaría de Educación Pública es quien indica las normas, leyes o programas de la educación básica y con lo que respecta al nivel secundaria, que es el tema de interés menciona lo posterior²⁴:

“Durante la Educación Secundaria los estudiantes requieren mayor comprensión, asesoría y apoyo tutorial, pues enfrentan diferentes situaciones en su tránsito por el nivel educativo: desde los cambios físicos y psicológicos, hasta la organización misma de sus estudios, en los que cada asignatura es impartida por un docente especializado. Estos aspectos y el incremento de la presión social que se traduce en el tránsito a la vida adulta, hacen que los tres años de educación secundaria requieran de apoyos diferenciados a las necesidades de los estudiantes.”

Durante tres años los adolescentes deben adquirir herramientas que les ayude al aprendizaje durante toda su vida, a través del desarrollo de competencias afectivas, sociales, naturales, etc.

Para lograr lo anterior, específicamente en las competencias sociales, la SEP implementó un documento llamado “Marco para la convivencia escolar” que sirve como una guía en las escuelas e integra la normatividad. Tiene el propósito de favorecer a la convivencia escolar con base en respeto mutuo entre todos los actores educativos, de desarrollar un aprendizaje efectivo, una convivencia tranquila y la formación de ciudadanos íntegros.

²³ Fuente: <https://www.gob.mx/sep/que-hacemos?tab=>. [Fecha de consulta: 30 de abril del 2018] 20:50 pm.

²⁴ Fuente: <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/secundaria-programas-de-estudio>. [Fecha de consulta: 30 de abril del 2018] 21:02 pm.

“Con el propósito subsanar y asegurar que el proceso educativo de las alumnas y los alumnos del Distrito Federal tenga lugar en un ambiente seguro y ordenado, que propicie el aprendizaje efectivo, la convivencia pacífica de la comunidad escolar y la formación de ciudadanos íntegros, basado en el respeto mutuo entre educandos, madres y padres de familia o tutores, docentes, directivos y personal escolar, la Administración Federal de Servicios Educativos en el Distrito Federal (AFSEDF) emitió, a partir de la base legal aplicable, un Oficio Circular con los “Lineamientos Generales por los que se establece un Marco para la Convivencia Escolar en las Escuelas de Educación Básica en el Distrito Federal”, del cual este documento es una versión de divulgación.”²⁵

El documento anterior está constituido de la siguiente manera:

- ◇ Carta de derechos y deberes de las alumnas y alumnos: en esta carta se precisan los derechos de los que gozan los estudiantes adolescentes. Por ejemplo, el derecho de acudir a la escuela y recibir educación pública gratuita e incluyente desde el preescolar hasta el último año de secundaria, sin ninguna condición; los alumnos con alguna capacidad diferente tienen derecho a una educación pertinente conforme a sus necesidades, a igualdad de oportunidades, a una formación integral y al desarrollo de su persona.

Igualmente de desenvolverse en un ambiente de aprendizaje sano, seguro, tolerante, libre de discriminación, acoso, bullying y cualquier problema que obstruya a la convivencia escolar; también tiene derecho de denunciar y ser atendido en caso de que haya padecido algún problema de los anteriores.

Además de ser respetado en todos los sentidos, incluso con sus pertenencias, ser tratado con amabilidad y dignidad por parte de autoridades, directivos, docentes, compañeros de clase, etc. Debe recibir al principio del ciclo escolar su material didáctico, así como una copia del Marco para la convivencia escolar, de la misma manera,

²⁵ Fuente: <https://www2.sep.df.gob.mx/convivencia/escuela/index.jsp>. [Fecha de consulta: 01 de mayo del 2018] 00:11 pm.

otorgarle protección para preservar su integridad física, moral y psicológica.

Así como en el documento se plasman derechos, también se expresan los deberes de los estudiantes.

Por ejemplo, asistir a la escuela apoyados por sus padres con puntualidad y regularidad, respetando los lineamientos generales; acudir y llegar a tiempo a las clases, cumplir con las disposiciones escolares, justificar las inasistencias y retardos a tiempo ante el docente.

Asimismo deben estudiar y esforzarse para sacar buenas calificaciones e involucrarse en todas las actividades educativas; así como contribuir a que fluya un ambiente sano, libre de problemas de convivencia escolar, respetando a todos los actores educativos.

También deben conocer el Marco para la convivencia escolar y acatar los castigos en caso de no respetarlo.

Deben llevar a la escuela su material completo y en buen estado, no introducir objetos peligrosos que irruman con el reglamento escolar y respetar las instalaciones.

Tienen la obligación de comunicar a sus padres o tutores todos los asuntos relacionados con la escuela.

- ◇ Faltas y medidas disciplinarias: se refiere al cumplimiento de lo establecido en la carta de derechos y deberes de los estudiantes de secundaria.

En este apartado se habla de lo que no se debe hacer para obstruir una convivencia pacífica y en dado caso de que se lleve a cabo una falta o comportamiento indebido, se especifican ciertas medidas para evitar estos casos.

En el cuadro cuatro se encuentran algunas faltas consideradas como graves dentro del marco para la convivencia escolar:

Cuadro 4. Faltas en la convivencia escolar.

Conductas violentas		
No.	Faltas	Medidas disciplinarias
1	Utilizar expresiones verbales groseras o irrespetuosas, lenguaje o gestos irreverentes, obscenos, vulgares o insultantes, dirigidos a alguna persona de la comunidad escolar.	A. Reunión entre el (la) alumno(a), docente, SAE y padres de familia o tutor. B. Reunión entre el(la) alumno(a), docente, SAE y padres de familia con el(la) subdirector(a) o director(a) del plantel.
2	Empujar, dar empujones o demostrar conductas de agresiones físicas o similares, como juegos bruscos o disputas menores, arrojar objetos o escupir a otra persona.	C. Sanción disciplinaria interna: actividades extracurriculares sobre el tema en que incurre en falta, respetando en todo momento la integridad psicossocial del(de la) alumno(a).
3	Colocar o distribuir escritos, gráficos y/o videos, materiales que contengan calumnias, amenazas, violencia, lesiones o daño, prejuicios o que describan acciones violentas u obscenas, imágenes vulgares,(incluye colocar dicho material en internet en redes sociales) en contra de algún integrante de la comunidad escolar.	D. Suspensión por parte de la dirección, por 3 días dentro de las instalaciones del plantel, con actividades dirigidas y supervisadas por personal de SAE con banco de reactivos. E. Suspensión por parte de la dirección, de 3 a 5 días dentro de las instalaciones del plantel, con actividades dirigidas y supervisadas por personal de SAE con banco de reactivos.
4	Participar en un altercado, incurrir en conductas de agresión física y/o juegos o bromas, que impliquen un riesgo sustantivo de provocar o de hecho provocar lesiones o heridas leves.	F. Invitación a los padres de familia o tutor, para que lleven a su hijo(a) a atención psicológica en alguna institución pública. La madre, padre o tutor, proporcionará a la escuela la valoración del psicólogo y dependiendo de ésta, la escuela solicitará los informes periódicos de los avances. La escuela deberá identificar los factores del entorno escolar que pudieran estar obstaculizando el aprendizaje y participación del (de la) alumno(a) e implementar los apoyos necesarios. También realizará un seguimiento sistemático de la atención que reciba el(la) alumno(a), colaborando activamente con la institución.
5	Participar en actos de coerción o amenazas que impliquen violencia, daños o perjuicios a algún miembro de la comunidad escolar.	
6	Planear, participar y realizar u ordenar actos de acoso escolar o bullying, incluyendo el bullying cibernético (por ejemplo: amenazar, acechar, perseguir coercitivamente, obligar a un compañero a hacer algo; incurrir en acciones físicas o verbales que amenacen a otros con lesionarlo. Burlarse y/o intimidar incluyendo el uso de apodosos ofensivos o calumnias que involucren consideraciones de apariencia, raza, etnia, color, nacionalidad, estatus migratorio, religión, sexo, identidad de	

	género, orientación sexual o discapacidad).	Orientará de manera permanente a los padres o tutor.
7	Crear riesgo de lesiones ya sea mediante conductas imprudentes o la utilización de objetos que aparentemente podrían causar un daño físico (por ejemplo, encendedores, hebillas de cinturón, bóxer, fajillas, cinturones, navajas, entre otros).	G. Suspensión sugerida por el Consejo Consultivo Escolar continua de 5 a un máximo de 8 días de clases en secundarias técnicas, o por el Consejo Técnico Escolar de 5 a 10 días en secundarias generales, dentro de las instalaciones del plantel con actividades dirigidas y supervisadas por personal de SAE con bancos de reactivos, que concluya con una reincorporación inmediata.
8	Incitar o causar disturbios.	
9	Utilizar la fuerza o amenazar utilizando la fuerza para apropiarse de los bienes de otros.	
10	Utilizar la fuerza contra algún miembro de la comunidad escolar o intentar infligirles serios daños físicos, emocionales y psicológicos.	H. Traslado de plantel sugerido por el Consejo Consultivo Escolar (Secundarias Técnicas) o el Consejo Técnico Escolar (Secundarias Generales) e Inspector General de Zona Escolar, previo acuerdo y aceptación por parte de los padres o tutor del menor.
11	Participar en un incidente de violencia grupal.	
12	Participar en riñas dentro y fuera del plantel.	
13	Causar una lesión grave ya sea mediante conductas imprudentes o la utilización de objetos que aparentemente podrían causar un daño físico (por ejemplo, encendedores, hebillas de cinturón, bóxer, fajillas, cinturones, navajas).	NOTA 4: El bullying o acoso escolar es el maltrato físico, verbal, psicológico y/o social, deliberado y recurrente que recibe un alumno o alumna (agredido) por parte de otro u otros alumnos o alumnas (agresor), que se comportan con él cruelmente con el objetivo de someterlo y asustarlo, y se caracteriza por la intencionalidad y reiteración en el tiempo. En casos de acoso escolar aplicar Protocolo para la Atención de casos de Bullying, elaborado por la AFSEDF.

Fuente: <https://www2.sepdf.gob.mx/convivencia/escuela/index.jsp>. [Fecha de consulta: 23 de mayo del 2018] 20:07 pm.

- ◇ Compromisos: en este apartado se le hace una invitación a los estudiantes, padres de familia y administración escolar a firmar una carta compromiso con el propósito de mantener la responsabilidad hacia una convivencia pacífica en las escuelas. A continuación se presenta en los cuadros 5, 6 y 7 cada una de estas cartas:

Cuadro 5. Alumnos.

<p>COMPROMISO DE LA O EL ALUMNO A FAVOR DE LA CONVIVENCIA PACÍFICA</p> <p>Yo, _____(nombre de la alumna o el alumno) manifiesto ante mi madre, padre o tutor que: Conozco la Carta de Derechos y Deberes de las Alumnas y los Alumnos y comprendo por qué debo respetarlos.</p> <p>En relación a mi conducta sé que tengo derecho a:</p> <ul style="list-style-type: none">• Que se me presente y explique el Marco para la Convivencia Escolar así como qué conducta mía contribuye a una convivencia pacífica y qué comportamiento mío es contrario a la convivencia y puede tener una consecuencia disciplinaria.• Recibir apoyo y orientación del personal de la escuela en relación a mi comportamiento.• Tener un trato justo y respetuoso cuando cometa una falta que amerite una medida disciplinaria. <p>Yo me comprometo a:</p> <ul style="list-style-type: none">• Respetar los derechos y la dignidad de los demás.• Cumplir con lo establecido en el Marco para la Convivencia Escolar.• Compartir diariamente con mis padres lo que viví y aprendí en la escuela.• Aceptar las medidas disciplinarias que correspondan como consecuencia de una conducta contraria a la convivencia pacífica. <p>He comentado esto con mis padres y estoy de acuerdo en asumir y cumplir este compromiso</p> <p>Firma de la alumna o el alumno:</p> <p>Nombre y firma de la madre, padre o tutor:</p> <p>Fecha:</p>
--

Fuente: <https://www2.sepdf.gob.mx/convivencia/escuela/index.jsp> [Fecha de consulta: 24 de mayo del 2018]. 16:23 pm.

Cuadro 6. Padres de familia.

COMPROMISO DE CORRESPONSABILIDAD DE LOS PADRES DE FAMILIA CON LA EDUCACIÓN DE SU HIJO O HIJA

Yo

_____, madre, padre o tutor de _____ (nombre de la alumna o el alumno) recibí una copia del Marco para la Convivencia Escolar de las Escuelas de Educación Básica del Distrito Federal.

Conozco y entiendo cual es el comportamiento que se espera de mi hijo(a) y comprendo que mi participación en su educación le ayudará a tener un mejor desempeño en la escuela.

He leído este Compromiso de Corresponsabilidad y me comprometo a hacer todo lo posible para cumplir con las siguientes responsabilidades:

- Motivar a mi hijo(a) para que sea un miembro de la comunidad escolar pacífico y respetuoso.
- Comentar con mi hijo(a) la Carta de Derechos y Deberes de las Alumnas y los Alumnos y las Faltas y Medidas Disciplinarias.
- Participar en las reuniones a las que me convoque la escuela como madre o padre de familia o tutor, y en los programas y actividades en las que mi hijo(a) esté involucrado(a).
- Asegurarme que mi hijo(a) llegue puntual a la escuela todos los días y con los materiales básicos necesarios para un buen desempeño.
- Tener un trato respetuoso con docentes, directivos y personal de la escuela y evitar cualquier expresión denigrante, ya sea física o verbal, a los miembros de la comunidad escolar.
- Proporcionarle a mi hijo(a) un espacio tranquilo para que haga sus tareas, apoyarlo(a) y supervisar(a) para que cumpla con sus trabajos escolares.
- Organizar la vida familiar de modo que mi hijo(a) pueda cumplir con los horarios de descanso adecuados a su edad.
- Destinar al menos 20 minutos al día leyendo con mi hijo(a).
- Escuchar a mi hijo(a) lo que quiera relatar de su experiencia diaria en la escuela.
- Proporcionar a la escuela todos los datos personales de mi hijo(a) de manera veraz al momento de inscribirlo a la escuela, así como los números telefónicos e información para contactarme en caso de emergencia.

- Proporcionar a la escuela información de la salud de mi hijo(a) y notificar expresamente en caso de presentar alguna enfermedad crónica o impedimento para realizar cualquier actividad física o bien, que requiera de atención especial.
- Justificar las inasistencias de mi hijo(a) a la escuela de manera oportuna y adecuada.
- Avisar a la escuela si hay algún cambio significativo en la salud o bienestar de mi hijo(a) que afecte su habilidad para atender en la escuela.
- Colaborar con la escuela en la atención de los problemas que afecten a mi hijo(a).

Firma de la madre, padre o tutor:

Fuente: <https://www2.sepdf.gob.mx/convivencia/escuela/index.jsp> [Fecha de consulta: 24 de mayo del 2018]. 16:44 pm.

Cuadro 7. Administración escolar.

La Escuela se compromete a respetar los derechos de los educandos descritos en la Carta de Derechos y Deberes de las Alumnas y los Alumnos, y a hacer que se respeten.

Asimismo, el (la) Director(a) se compromete a aplicar las medidas disciplinarias con justicia, imparcialidad y transparencia.

Nombre de la escuela:

_____ CC

T: _____

Nombre del (de la) Director(a) de la escuela

Firma de l(de la) Director(a) de la escuela

Fecha _____

Fuente: <https://www2.sepdf.gob.mx/convivencia/escuela/index.jsp> [Fecha de consulta: 24 de mayo del 2018]. 16:48 pm.

Hasta aquí se realizó la explicación del contexto educativo en México, los órganos que se encargan de regular las leyes, normas y programas de la educación del nivel básico escolar, detalladamente a nivel secundaria para comprender el entorno del siguiente apartado.

2.2. Problemas de convivencia en las secundarias.

En México los problemas de convivencia que se presentan en las escuelas, sobre todo en el nivel secundaria son alarmantes. En esta etapa se gestan los principales conflictos psicológicos y sociales que afectan a la familia y al país. Existen muy diversos factores entre ellos; el robo, deserción escolar, embarazos, suicidios, depresión, bullying, ciberbullying, cutting, la conducta desafiante, uso de drogas/alcohol, entre otros.

El principal factor problema que más predomina dentro de la convivencia escolar es el bullying que es definido por la Suprema Corte de Justicia de la Nación como: “todo acto u omisión que de manera reiterada agrede física, psicoemocional, patrimonial o sexualmente a una niña, niño o adolescente, realizado bajo el cuidado de las instituciones escolares públicas y privadas.”²⁶

El bullying se ha convertido en un severo problema en nuestro país. Según la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH): “durante 2014 en México, 32.2% de adolescentes entre 12 y 18 años sufrieron acoso escolar. Las ciudades de mayor incidencia fueron: la zona metropolitana de Veracruz, Manzanillo, Colima, y Ciudad Netzahualcóyotl, Estado de México.”²⁷

Según el portal de noticias “Regeneración”²⁸, en un artículo reciente publico que, en un estudio de la ONG Internacional Bullying Sin Fronteras para América Latina y España, que se realizó en el periodo de noviembre de 2016 a noviembre de 2017, los casos de bullying en México van en aumento, 7 de cada 10 niños sufren acoso escolar.

- El 85% de los casos ocurren en horario de escuela.
- El 82% de los niños con alguna capacidad diferente son acosados en la escuela.
- 44% de niños entre 8 y 10 años ha sufrido bullying alguna vez en su vida.

²⁶Suprema Corte de Justicia de la Nación, Bullying Escolar. Su concepto. [TA]; 10a. Época; 1a. Sala; Gaceta S. J. F.; Libro 23, octubre de 2015; Tomo II, p. 1643, 1a. CCXCVII/2015 (10a.).

²⁷ Fuente: http://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Programas/Ninez_familia/Material/cuadri-contra-bullying.pdf

²⁸ Fuente: <https://regeneracion.mx/mexico-primer-lugar-mundial-en-acoso-escolar-suman-28-millones/>

- 80% de los casos no son reportados a los maestros.
- 60% de los niños acosadores tendrán al menos un acto delictivo en la edad adulta.
- 3 millones de niños dejan la escuela a causa del acoso.
- 9 de cada 10 niños son molestados por su orientación sexual

En la conclusión del estudio México se encuentra en primer lugar a nivel mundial en casos de bullying.

A consecuencia del bullying y como una complementariedad se han desencadenado otras problemáticas en los adolescentes como: el ciberbullying, cutting, depresión, suicidio y deserción escolar.

El ciberbullying de acuerdo con un artículo publicado en el periódico “La Jornada” a principios del año 2018, este problema ha ido aumentando en México debido a la poca legislación sobre el tema.

Los estados del país donde más casos de ciberbullying se han registrado son Aguascalientes, Estado de México, Quintana Roo, Puebla e Hidalgo y los que menos casos han registrado son Chihuahua, Jalisco, Sinaloa, Chiapas y la Ciudad de México.

El creciente uso de tecnologías ha traído beneficios a la sociedad, por ejemplo, la información llega de manera inmediata, es un medio para la libre expresión y educación, pero si se le da un uso incorrecto también pueden llegar muchos males, por ejemplo el ciberbullying.

Las prácticas que se llevan a cabo por los acosadores virtuales son enviar mensajes con amenazas o insultos; mandar spam o virus; publicar información vergonzosa, falsa o íntima sin consentimiento; robar datos de identidad y enviar imágenes o videos con contenido sexual y/o agresivo.

El Gobierno de la República Mexicana define al ciberbullying como:

“Es un término que se utiliza para describir cuando un niño o adolescente es molestado, amenazado, acosado, humillado, avergonzado o abusado por otro

niño o adolescente, a través de Internet o cualquier medio de comunicación como teléfonos móviles o tablets.”²⁹

Además señala que aproximadamente 20 millones de internautas son adolescentes y han sido víctimas. Las distintas formas en que se presenta mencionadas anteriormente por lo regular se realizan en Whatsapp, Messenger, Facebook, Twitter y SMS.

El cutting es una práctica que consiste en autolesionarse y provocarse heridas en la piel principalmente. En una investigación realizada por psicólogos clínicos se descubrió que los factores que llevan a un adolescente a realizar esta práctica son: “la baja autoestima y el estilo cognitivo negativo, habiéndose sugerido que los adolescentes que se autolesionan presentan una autoimagen negativa, tendiendo a realizar atribuciones internas, estables y globales sobre los acontecimientos negativos de sus vidas.”³⁰

Los problemas que pueden presentar en su vida familiar como académica también es un factor consecuente del cutting, ya que psicológicamente y cognoscitivamente son incapaces de manejar sus emociones.

“La autolesión va acompañada a menudo de otros síntomas como bulimia, síndrome de vomitting, abuso de drogas y conductas sexuales de riesgo. Y este es uno de los motivos por los que, a menudo, a estos jóvenes se les diagnostica un trastorno borderline de personalidad”.³¹

Entre los adolescentes, suelen considerar a su compañero que se lesiona como alguien popular e interesante y algunos imitan ese comportamiento para ser aceptados. En las escuelas secundarias del país sucede frecuentemente este fenómeno.

La depresión representa el primer lugar en trastornos mentales a nivel mundial según la Organización Mundial de la Salud (OMS). Por lo tanto, casi 300

²⁹ Fuente: <https://www.gob.mx/ciberbullying>. [Fecha de consulta: 17 de julio de 2018]. 17:32 pm.

³⁰ FRÍAS Ibáñez, Álvaro; VÁZQUEZ Costa, María; DEL REAL Peña, Ágata; SÁNCHEZ del Castillo, Carmen; GINÉ Servén, Eloi, *Conducta autolesiva en adolescentes: prevalencia, factores de riesgo y tratamiento*, MEDICINA PSICOSOMÁTICA Y PSIQUIATRÍA DE ENLACE, 2012, p. 4.
Fuente: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4393274.pdf>

³¹ BALBI, Elisa; BOGGIANIO, Elena; DOLCI, Michele; RINALDI, Giulia, *Adolescentes violentos*, Editorial Herder, Italia, 2012, p. 47.

millones de personas la padecen y se encuentra más comúnmente en jóvenes entre 15 y 20 años.

“La presencia de depresión en la adolescencia está asociada a problemáticas en múltiples ámbitos como el de la salud, el laboral o el escolar. Es en este último donde se pueden apreciar de una manera clara los efectos de este trastorno en la adolescencia, debido a la gran parte del tiempo que los jóvenes pasan en la escuela. En este sentido, algunos estudios han encontrado que la presencia de trastornos depresivos están asociados a problemas que influyen en el rendimiento escolar como el surgimiento de un sentimiento de incapacidad para afrontar las exigencias académicas y poco entusiasmo frente al trabajo escolar.”³²

Al no encontrar la manera adecuada de expresar sus emociones y sentimientos, la mayoría de los adolescentes sufren de depresión sin tener conciencia de ello. La depresión junto con una baja autoestima afecta a la expectativa acerca del desempeño académico. A causa de este conjunto se deriva la deserción escolar, también considerado como un problema en la convivencia escolar.

“La retención escolar es uno de los desafíos más importantes que enfrenta el actual sistema escolar en el nivel secundario en México, pues a pesar de la expansión en la cobertura escolar, la deserción es alta. La cobertura en el nivel de educación medio pasó de 83.5% a 95.3%, y en el nivel medio superior de 48.4% a 64.4% entre los ciclos 2000-2001 y 2009-2010.”³³

Los procesos emocionales están directamente relacionados con los procesos cognitivos como la atención, aprendizaje y memoria. Además de que hay una clara distorsión en las habilidades sociales.

³²Galicia, I., Sánchez, A. y Robles, F. Factores asociados a la depresión en adolescentes: Rendimiento escolar y dinámica familiar. *Anales de Psicología*. 25 (2): 227-240, 2009. [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2018].

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16712958005>

³³ Vargas, E. y Valadez, A. Calidad de la escuela, estatus económico y deserción escolar de los adolescentes mexicanos. *REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa*. 18 (1): 82-97, 2016. [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2018].

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15543298006>

“Las alteraciones en las habilidades sociales, inseparables del desarrollo emocional, afectan la conducta y el aprendizaje en la escuela, lo que se traduce en bajo rendimiento y riesgo de fracaso y de deserción. Cada vez se otorga mayor importancia a una gestión eficaz a través del sistema educacional para que se produzca el éxito académico y social del estudiante, considerando que el buen rendimiento es un factor fundamental en la permanencia de los alumnos en la escuela.”³⁴

Las relaciones interpersonales y sociales son importantes para que los adolescentes no abandonen la escuela, a pesar de que puedan tener problemas en casa.

De la misma manera, otro factor que puede desencadenar el bullying es el suicidio. De acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Nacional de Psiquiatría publicado en el año 2011, el 5.2% de adolescentes entre 12 y 14 años pensaron en suicidarse. Mientras tanto que los de 15 a 17 años en un 7.59% también pensó la posibilidad de hacerlo.

“El adolescente con alto riesgo de suicidio puede presentar rasgos tales como: ser solitario, aislado, replegado sobre sí mismo, frecuenta pocos amigos y no tiene un confidente real. No confía en nadie y se siente automáticamente excluido y rechazado por el grupo de pares.”³⁵

Un adolescente con baja autoestima o sin control de sus emociones al recibir demasiado bullying, encuentra en el suicidio la única manera de escapar del conflicto y de cómo los hace sentir la violencia ejercida hacia él. En México, el suicidio es la tercera causa de muerte entre los adolescentes.

Por otro lado, se encuentran otros factores que no están directamente relacionados con el bullying como: el embarazo, el robo/actos delictivos, uso de drogas y/o alcohol y la conducta desafiante.

³⁴ Jadue, G. FACTORES PSICOLOGICOS QUE PREDISPONEN AL BAJO RENDIMIENTO, AL FRACASO Y A LA DESERCIÓN ESCOLAR. *Estudios Pedagógicos*. (28): 193-204, 2002. [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2018].

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173513847012>

³⁵ Barón, O. ADOLESCENCIA Y SUICIDIO. *Psicología desde el Caribe*. (6): 48-69, 2000. [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2018].

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21300605>

El embarazo adolescente en México es un fenómeno que anualmente afecta a un porcentaje considerable de adolescentes, el cual los lleva a una modificación extrema en su vida y en la mayoría de los casos no es planificado.

“En México se ha concebido de manera tradicional al embarazo adolescente como un problema de salud pública, atendido desde distintos sectores del gobierno como son el educativo, social y sobretodo el de salud. A pesar de las medidas que se han implementado a lo largo de las últimas décadas para reducir el número embarazos en etapas tempranas como la adolescencia, en el país, dichas cifras se mantienen al alta. (García y Barragán, Correa y García, 2012).”³⁶

En un artículo del periódico “El Universal” se afirma que, según la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), México ocupa el primer lugar de embarazo adolescente, ya que uno de cada cinco embarazos es en jóvenes menores de edad. La cifra creció de 30% a 37% por cada mil mujeres entre 2005 y 2011.

La adolescencia es una etapa de transición y crecimiento; durante esta fase el despertar y deseo sexual se hacen más visibles. Al no haber un desarrollo completo psicológico y físico, y a la falta de información sexual los adolescentes no se percatan de las posibles consecuencias: embarazo no deseado y enfermedades de transmisión sexual.

Según datos de la Encuesta Nacional de la Juventud 2015, el 49% de los jóvenes en el país no utiliza anticonceptivos en su primera relación sexual, ya que éstos no esperaban tener relaciones.

Si bien, en los últimos años ha habido un crecimiento importante en la difusión de información de métodos anticonceptivos dirigida a los adolescentes en el país, así como de las consecuencias de las relaciones sexuales sin protección y las limitantes que puede crear un embarazo no deseado a temprana edad, aún es obstaculizado por diversos factores de socialización primaria (familia) y secundaria (social).

³⁶ García, L., Correa, F., García, T. y Espinoza-Romo, A. EL EMBARAZO ADOLESCENTE DESDE UNA PERSPECTIVA CONTEMPORÁNEA. *Interamerican Journal of Psychology*. 51 (1): 111-121, 2017. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2018].
Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28452860011>

En la socialización primaria es donde comienza el aprendizaje y las diferentes características de cada familia definen directamente las expectativas sobre el estudio y la búsqueda de recursos disponibles para el acceso a la escuela.

En el caso de las familias vulnerables socialmente, se ven afectadas las expectativas y los adolescentes se enfrentan a un fracaso escolar. Por lo general, los adolescentes que presentan un embarazo cuentan con un historial escolar irregular (grados o materias reprobados).

En la socialización secundaria se dan las interacciones externas a la familia; los amigos, la pareja, la escuela y el trabajo. La influencia de una mala compañía o todas las relaciones dañinas dentro de esta socialización pueden ser un factor para llegar a un embarazo no deseado y, por lo tanto, a la deserción escolar.

La deserción escolar guía a los adolescentes a introducirse prematuramente al ámbito del trabajo y con el poco nivel escolar que tienen, sus expectativas laborales se ven reducidas al igual que mejores oportunidades de vida en el mejor de los casos.

“En nuestras sociedades existen dos esferas centrales para la construcción de la identidad y para la definición de las trayectorias de los jóvenes: la educación y el trabajo. La falta de acceso a ellos o el acceso deficitario puede dar paso a la vulnerabilidad, la marginación y la exclusión social. En México la deserción escolar ocurre con mayor frecuencia a partir de los 15 años (Imjuve, 2012).”³⁷

En cuanto a la problemática del consumo de alcohol y drogas en adolescentes, la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017, arroja que el consumo de los adolescentes de 12 a 17 años aumentó 125%.

“La investigación muestra que el inicio del uso de drogas a menudo ocurre durante la adolescencia o juventud, periodo de transición caracterizado por el estrés, la ansiedad y la búsqueda de nuevas sensaciones, así como de diferenciación de los adultos. Puede comenzar como una forma de manejar emociones negativas y de respuesta al sentimiento de vivir en un mundo caótico y hostil. Se ha señalado reiteradamente que la presión del grupo de

³⁷ García, G. Embarazo adolescente y pobreza, una relación compleja. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. (77): 13-53, 2014. [Fecha de consulta: 17 de febrero de 2018].
Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39348246002>

pares, la curiosidad y la pobre integración familiar, son factores que contribuyen al uso de drogas. Asimismo, son mencionados otros factores, como la pobreza, la falta de alternativas y una percepción desesperanzada del futuro.”³⁸

El consumo de estas sustancias tóxicas y adictivas, no solo afectan su salud física, sino, también su salud psicoemocional, desarrollo personal, desarrollo académico, ámbito familiar y social.

Por lo general, el grupo de pares es una gran influencia para que un adolescente vulnerable tenga la curiosidad por acercarse a las drogas y/o alcohol. En este caso la escuela puede intervenir para detectar el intercambio o iniciación entre el grupo.

Por otro lado, el robo o actos delictivos, en la adolescencia se consideran como parte del término “delincuencia juvenil” que deriva de la violencia.

Los datos en este factor también son alarmantes, de acuerdo con datos de la Secretaría de Seguridad Pública de la Ciudad de México durante el año 2016, los actos delictivos cometidos por adolescentes aumentaron 121% y se encuentra en la alza.

“La violencia no es producida aleatoriamente, sino que parte de una cultura de conflictos familiares, sociales, económicos y políticos, y en general, del sistema globalizado que a su vez permea las diferentes formas de vida en la sociedad, donde los estilos de vida de los jóvenes son catalogados como formas de delincuencia. El objetivo de esos estilos de vida, sin embargo, sólo consiste en distanciarse culturalmente de una sociedad que los jóvenes no han fabricado. Víctimas de la discriminación social y excluidos de las decisiones importantes, muchos jóvenes carecen de planes o proyectos de vida, y son considerados incapaces de adaptarse al medio social, por lo cual toman la delincuencia como alternativa de sobrevivencia. El fácil acceso a las drogas, la falta de oportunidades de empleo, salud, educación y espacios para la cultura y el deporte, la desintegración familiar, la impunidad, entre otros factores,

³⁸ Fuente: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm>

componen el contexto en el que nace y crece la juventud mexicana del siglo XXI.”³⁹

Algunos adolescentes son propensos a convertirse en seres antisociales o delincuentes al no contar con una guía que los lleve por el camino de la adaptación e integración de su realidad social. La delincuencia juvenil es un camino fácil y rápido para poder sobrevivir ante tal presión social.

La escuela en el caso de México ha ido perdiendo terreno en función de una guía para el desarrollo de una identidad social de los adolescentes que, engloban una buena estructuración y proyecto de vida.

En este sentido es necesario no sólo percibir a estos adolescentes como victimarios, sino, de igual manera como víctimas, tomando en cuenta el déficit que han tenido durante su crecimiento en la socialización primaria y secundaria, por lo cual la escuela debe recuperar campo y ayudar a la búsqueda de esa buena estructuración.

Asimismo, la conducta desafiante se caracteriza por ser una actitud oponente y negativa hacia las autoridades educativas como maestros, directivos y administrativos.

“Es un conglomerado de conductas inapropiadas dentro del aula, tales como levantarse a destiempo, hablar cuando explica el profesor, desobediencia, provocación, agresión, hostilidad y abuso. Se interpreta como un problema de indisciplina en el aula (Tattum, citado en Fernández, 1999). Estos comportamientos que demuestran un estado de inquietud, no encajan con los valores, motivaciones u objetivos del proceso educativo.”⁴⁰

Ante esta situación las autoridades educativas suelen clasificar este comportamiento como “indisciplina” sin tomar en cuenta la totalidad del problema. No basta con una serie de castigos o hasta una expulsión, ya que no

³⁹ JIMENEZ Ornelas, René Alejandro. La delincuencia juvenil: fenómeno de la sociedad actual. *Pap. poblac* [online]. 2005, vol.11, n.43 [citado 2018-02-19], pp.215-261. Fuente: <http://www.scielo.org.mx>.

⁴⁰ **TESIS**, Universidad Popular del Estado de Puebla, *Un estudio de caso sobre la mejora de la convivencia escolar a partir de la intervención estratégica en una escuela secundaria del D.F.*, BENGUA González, Juana, 2010, p. 87.

se resolverá la problemática del adolescente, al contrario sólo se rezagara originando una posible deserción escolar definitiva.

La conducta desafiante debe considerarse como un problema emocional para que un experto bien capacitado (psicólogo, pedagogo, trabajador social) pueda resolver de una manera eficaz el conflicto.

En definitiva, todos los factores que afectan la convivencia escolar en los adolescentes están relacionados directamente o indirectamente y, la mayoría o podría decirse que casi todos tienen repercusiones a nivel familiar y sobretodo escolar que es el tema de interés. Como se ha dicho, en México cada factor tiene cifras alarmantes y es importante llegar a un cambio por el bien de la sociedad en general.

2.3. Características de la Escuela Secundaria Diurna número 86.

En este apartado se da a conocer características y datos estadísticos de la Escuela Secundaria Diurna número 86 para entender el contexto y el ambiente en que se desenvuelven los problemas de convivencia escolar que existen en dicha institución.

Imagen 22. Escudo de la Secundaria Diurna Número 86 “República de Venezuela”.



Fuente: <https://sites.google.com/site/lecturacomision86/home/1-2-secundaria-86-semblanza-historica>.

Nombre: Escuela Secundaria Diurna número 86 “República de Venezuela”.

Clave de centro de trabajo (CCT): 09DES4086E.

Supervisión zona escolar 3.

Turno: vespertino.

Total alumnos: 539. Mujeres: 294. Hombres: 245.

Total personal: 71.

Nivel socioeconómico: C -

Ubicación: Av. Ermita Iztapalapa, S/N, Esq. Catedral de Querétaro, Col. Santuario, Del. Iztapalapa, C.P. 09000.

Imagen 23. Ubicación gráfica de la zona de conflicto.



Fuente: <https://www.google.com.mx/maps/place/Escuela+Secundaria+86+Republica+de+Venezuela>.

Problemas sociales alrededor de la institución:

- Narcomenudeo.
- Vandalismo.
- Asaltos en vía pública.

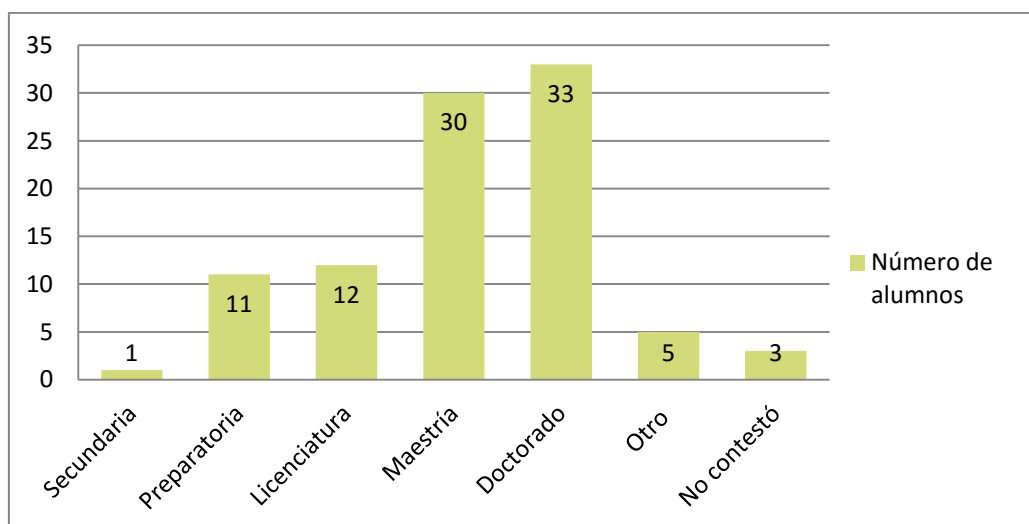
2.4. Perfil y problemáticas de los alumnos.

En este apartado se da un diagnóstico del contexto de los alumnos en su escuela. Se dan los datos de que es lo que piensan y cómo perciben los alumnos a todos los actores implicados en la institución, y por supuesto, los problemas de convivencia que existen en la Escuela Secundaria Diurna Número 86.

Para obtener el diagnóstico se llevó a cabo un cuestionario 95 alumnos; un grupo de 1º; un grupo de 2º y un grupo de 3º, con los puntos necesarios para obtener la información de interés.

Perfil alumnos.

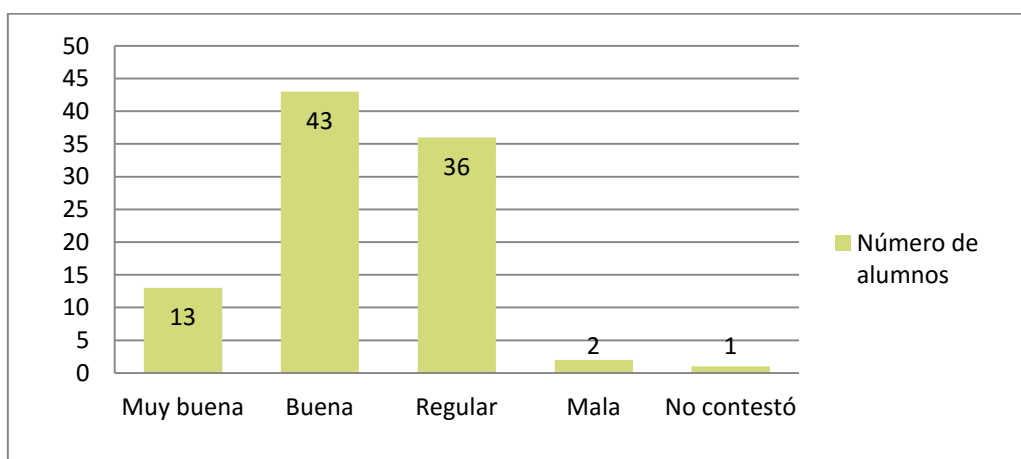
Gráfica 1. Nivel de estudios deseado por los alumnos.



Fuente: Elaboración propia

De los 95 alumnos encuestados, el nivel de estudios con mayor número de votos es el doctorado, siendo la moda, mientras que la respuesta menos común fue el nivel secundaria con sólo un registro y 3 alumnos prefirieron no contestar.

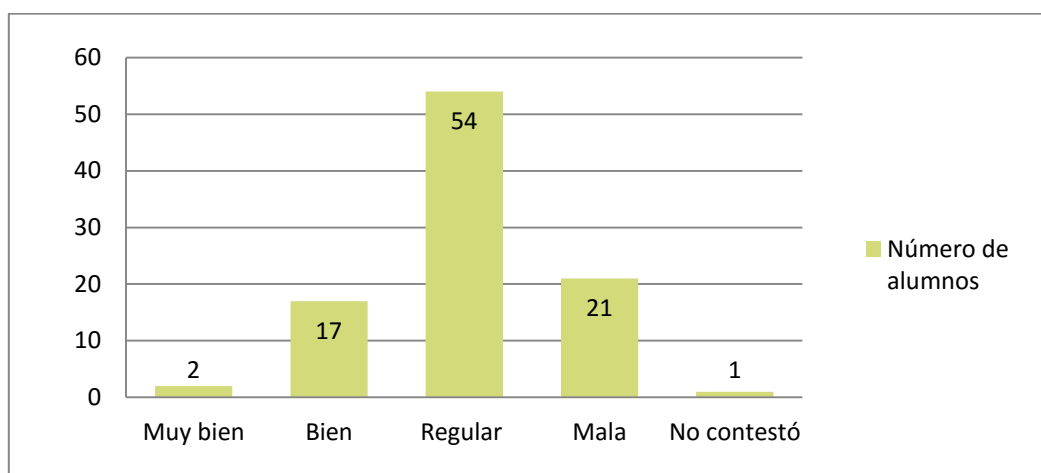
Gráfica 2. La disciplina.



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los alumnos piensa que su disciplina es buena, mientras que 2 aceptaron tener una disciplina mala y sólo 1 no contestó la pregunta.

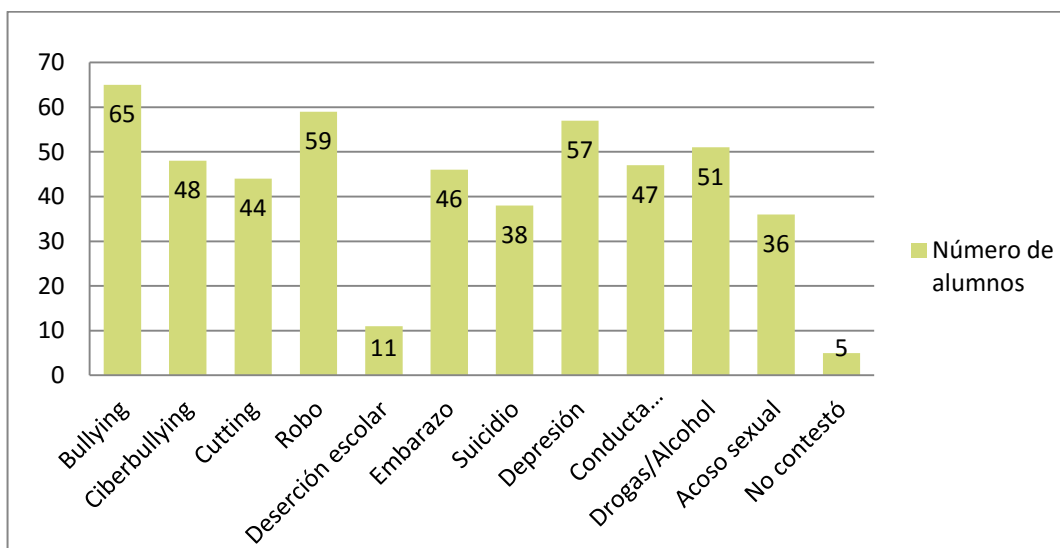
Gráfica 2.1. La disciplina.



Fuente: Elaboración propia

La percepción de los alumnos con respecto a la disciplina de sus compañeros en su mayoría es considerada como regular, sólo 2 personas contestaron que es muy buena y 1 no contestó.

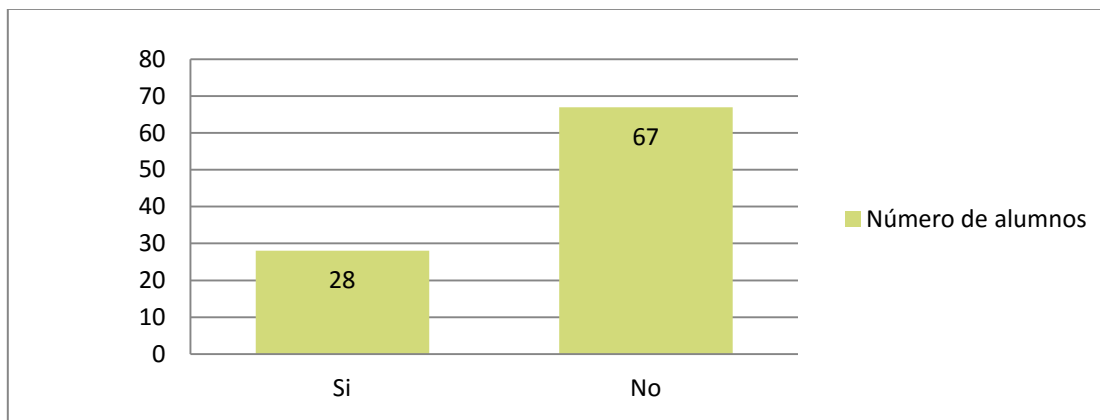
Gráfica 3. Problemas de convivencia de los que tienen conocimiento.



Fuente: Elaboración propia

El problema de convivencia del que hay más conocimiento por parte de los alumnos es el bullying, en segundo lugar se encuentra el robo y en tercero la depresión; y los que menos puntaje obtuvieron son la deserción escolar, el acoso sexual y el suicidio. Sólo 5 alumnos no contestaron ninguna opción.

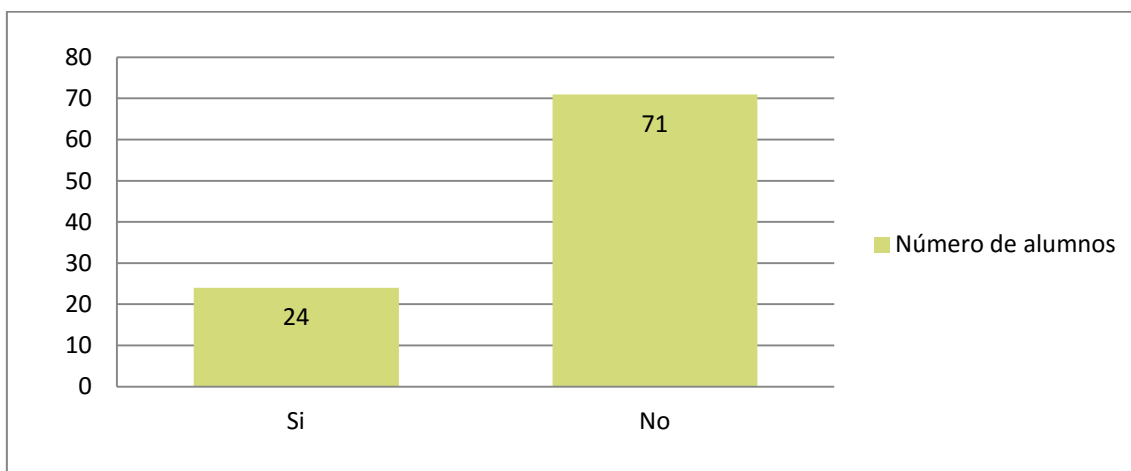
Gráfica 4. Alumnos que han vivido algún problema de convivencia escolar.



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los alumnos negó el haber pasado por alguna de estas situaciones y 28 alumnos aceptaron haber sufrido algún problema de convivencia, entre los que destacaron el bullying, cutting, robo y la depresión, además de especificar que se han suscitado entre compañeros de clase y en casa con familiares.

Gráfica 5. Alumnos que han ejercido algún problema de convivencia escolar.



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los alumnos negó haber ejercido alguna conducta de convivencia, 24 de ellos aceptaron que en algún momento de su vida escolar han provocado una de estas situaciones, entre las que destacaron el cutting, conducta desafiante, depresión y el uso de drogas o alcohol.

En resumen, el diagnóstico obtenido arrojó que la mayor parte de los alumnos tienen aspiraciones intelectuales altas y piensan que su conducta es buena aunque perciben que la disciplina en general de sus compañeros es regular. En cuanto a las problemáticas de convivencia escolar aceptaron que conocen la mayoría de las existentes y que en general no han sufrido o ejercido alguna de ellas. Finalmente, los problemas latentes que se detectaron son el bullying, cutting, robo, depresión, conducta desafiante y el consumo de drogas o alcohol.

2.5. El papel del psicoorientador: antecedentes y funciones.

En este apartado se explica de dónde surge el psicoorientador y cuáles son sus funciones para entender y dar contexto a la importancia de su inserción en la escuela secundaria.

Dentro de la ciencia de la psicología existen diversas ramas o especialidades, una de ellas es la orientación educativa, que se enfoca en estudiar la manera

de guiar a las personas oportunamente. A los profesionales que se dedican a este estudio y además lo llevan a la práctica se les nombra psicoorientadores.

Orientar es una actividad humana natural, se realiza en diferentes contextos y relaciones, por ejemplo, un padre a un hijo lo orienta durante muchas etapas de su vida y se espera que la persona orientada aprenda a dirigirse en variados ámbitos con más conocimiento, certeza y seguridad, si el objetivo se lleva a cabo, el orientador habrá cumplido con su misión.

“La orientación es uno de los elementos del sistema educativo que puede contribuir a su calidad. Esta idea no es nueva: aparece en todas las leyes que desde los años de 1970 han pretendido reformar la educación en España, y ha sido defendida desde perspectivas muy diversas que, sin embargo, han coincidido en considerar que la orientación personal, académica y profesional resulta consustancial a una educación de calidad. Es responsabilidad del conjunto del centro y, de hecho, su éxito depende entre otras cosas del grado de implicación de los docentes. No obstante, la tarea de ofrecer a cada alumno y a cada alumna una ayuda ajustada a sus características que le permita aprender lo más posible en sus años de escolaridad es muy compleja y por ello requiere del apoyo de profesionales expertos, en un continuum de tareas orientadoras en las que el profesorado y especialmente los tutores desempeñan funciones fundamentales.”⁴¹

La orientación educativa tiene sus objetivos establecidos y con el paso del tiempo sus funciones se han ido modificando por el cambio en las relaciones de socialización primaria y secundaria.

“Consideramos que existe una sola Orientación. Su conceptualización ha seguido una larga evolución a lo largo del siglo XX. Entre los términos que se han ido utilizando están *Orientación vocacional y profesional, Orientación educativa y escolar, educación para la carrera, psicología escolar, educación psicológica, atención a las necesidades educativas especiales, Orientación para la prevención y el desarrollo*, etcétera. Entendemos que todos estos conceptos constituyen una unidad que como tal no encaja en ninguno de los

⁴¹ MARTÍN, Elena; SOLÉ, Isabel, *Orientación educativa. Modelos y estrategias de intervención*, Editorial GRAÓ, Barcelona, 2011, p. 9.

términos anteriores. Necesitamos nuevos términos para comunicarnos sobre los nuevos modelos de intervención. Por eso, proponemos que si Orientación ha de llevar un calificativo que sea psicopedagógica [...] término que incluye a todos, dándoles unidad.”⁴²

A lo largo del siglo XX la orientación educativa sufrió un proceso histórico y a la que se le conocía como orientación vocacional o profesional amplió su campo práctico hacia temas del proceso enseñanza – aprendizaje y de desarrollo personal.

Antes de la década de 1970 se le concebía a la orientación como una intervención individual y directa que buscaba la resolución de los problemas del sujeto a partir de un diagnóstico de sus capacidades con la finalidad de adaptarlo a una profesión.

Tal evolución del concepto se vio marcada por la creación de un modelo psicopedagógico en el que toda la comunidad educativa se integra para que el trabajo del psicoorientador tome su rol con mayor facilidad y garantía.

Para entender las funciones del psicoorientador es necesario explicar su conceptualización desde diferentes enfoques en el cuadro ocho.

Cuadro 8. Funciones del psicoorientador.

Histórico	Plantea la comprensión de la evolución de la orientación con el fin de entender el presente y el futuro desde una perspectiva más amplia; para retomar las fortalezas y disminuir las debilidades en relación con los nuevos enfoques y posturas acerca de la orientación.
Teórico	La orientación tiene una dimensión teórica y otra práctica (intervención). Es preciso conocer las teorías que fundamentan la intervención y con ello encontrar la congruencia entre teorías, enfoques y conceptos.
Conceptual	Propone la necesidad de establecer acuerdos acerca del uso del lenguaje para definir con precisión los términos que se utilizan. Dado que en el campo de la orientación existen diversos enfoques, teorías, modelos y tendencias, de las cuales se han derivado conceptos y términos que no siempre son utilizados con el mismo sentido.

⁴² BISQUERRA, Rafael, Marco conceptual de la orientación psicopedagógica, Revista Mexicana de Orientación Educativa, 6, p. 2.

Fuente: <http://www.remo.ws/revistas/remo-6.pdf>. [Fecha de consulta: 7 de junio del 2018] 17:31 pm.

Prescriptivo	Implica formular propuestas y recomendaciones para el diseño de programas basados en resultados de investigaciones psicopedagógicas, en teorías y modelos de intervención de probada eficacia y en la opinión de los expertos.
Descriptivo	Se propone describir lo que se está haciendo. Contempla, las experiencias de orientación en los centros educativos o en una comunidad, estudios de caso, entre otros es decir los hechos y fenómenos tal como suceden.
Normativo	Hace uso para su fundamentación de instrumentos legales, de elementos que prescriben los especialistas, que sirven de patrón y/o referencia para el proceso orientador.
Crítico	Argumenta la necesidad de reflexión crítica, acerca de la práctica de la orientación como factor decisivo para su mejora. Las discrepancias entre lo normativo (deber ser) y la práctica (ser) debe llevarnos a un discurso crítico, orientado a una postura constructiva que, en última instancia, contribuya a la mejora de la orientación.

Fuente: **TESIS**, Universidad Popular del Estado de Puebla, *Un estudio de caso sobre la mejora de la convivencia escolar a partir de la intervención estratégica en una escuela secundaria del D.F.*, BENGOA GONZÁLEZ, Juana, 2010, p. 16.

Para que la orientación educativa sea una unidad vertebral e integral es necesario cumplir estos objetivos básicos:

- ✓ Atención a la diversidad de los estudiantes, incluyendo la evaluación de las necesidades hasta poner en práctica medidas educativas adecuadas.
- ✓ Apoyo a los padres de familia o tutores legales en la educación de los estudiantes.
- ✓ Organización de tareas para la orientación académica y profesional de los estudiantes.
- ✓ Asesoramiento y apoyo a profesores y administrativos, con autorización para elaborar proyectos curriculares.
- ✓ Tareas de coordinación entre escuelas secundarias, servicios e instituciones.

Lo anterior obliga a la necesidad de trabajar en conjunto con los directivos y docentes, así como el resto de la comunidad educativa (administrativos, padres de familia o tutores, estudiantes, etc.)

Los psicoorientadores deben estar en constante actualización debido a los cambios en las relaciones sociales, principalmente en estas áreas:

- ❖ La mejora en el proceso de enseñanza – aprendizaje.
- ❖ La prevención y el tratamiento de dificultades educativas.
- ❖ Orientación vocacional.
- ❖ Seguimiento de las intervenciones educativas en el ámbito escolar y profesional.
- ❖ Atención a personas con necesidades especiales.

En esta línea los psicoorientadores resultan un profesional fundamental en el sistema educativo. A pesar de que es una especialidad que se enseña en las universidades desde hace décadas, no es considerada dentro de las escuelas de nivel básico y medio por desconocimiento o falta de interés. Como se vio en el apartado 2.1, dentro de las leyes mexicanas de educación si está establecido un documento que guía para la convivencia escolar, pero no se considera al psicoorientador como alguien dispensable que regule tal tarea.

2.6. La integración del psicoorientador en la Escuela Secundaria Diurna número 86.

En este apartado se da a conocer el proceso de integración del psicoorientador en la Escuela Secundaria Diurna número 86.

La Dra. Juana Bengoa González, docente de la carrera de psicología en la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza por casi 40 años es la persona que se ha hecho cargo de dirigir el proyecto de investigación que ayude a la inserción de los psicoorientadores como actores importantes y que desarrollen su trabajo con los adolescentes dentro de las escuelas secundarias.

Su objetivo es enseñar a sus alumnos de licenciatura un método para resolver problemas desde una perspectiva teórica y con un modelo de psicología, además de ofrecerles a los adolescentes la posibilidad de entender sus problemas sociales y familiares y darles herramientas para llegar a una solución.

La Dra. Juana Bengoa González junto con su grupo de licenciatura han trabajado en 5 secundarias y su integración en ellas, ha sido llamando a las puertas de las instituciones, solamente con el permiso de los directivos de cada secundaria.

El planteamiento de problema del proyecto es el siguiente:

“Es evidente la escasa investigación sobre las intervenciones en los problemas de convivencia escolar en México, los estudios realizados giran en torno a la violencia en el contexto educativo tomando como principales actores a los alumnos, sin embargo el contexto es más abarcador. La investigación se centra en la evaluación del problema más que en buscar una forma de intervenir en ellos.

Ya que donde hay interacciones humanas existen dificultades que se pueden convertir en problemas ¿Tal vez sea momento de involucrar a los demás actores educativos generando teoría y práctica para intervenir eficazmente en ellos?”⁴³

En una entrevista que la Doctora concedió para esta tesis, explica el proceso de integración a la secundaria número 86.

“En realidad no te podría decir que estamos totalmente integrados porque hacemos un trabajo que sabemos que es de paso, porque es una investigación, pero lo que queremos es dejar un resultado, como ciertas herramientas que le podamos dar tanto a los orientadores, como a los maestros, como a los padres, como al directivo. Entonces cómo fue, pues de una manera el director nos acepta fácilmente y nos da todas las facilidades para trabajar y las dificultades se presentan propiamente con los maestros que luego no dejan salir a los chicos, o que no quieren ser entrevistados, o que ponen mala cara y que no están dispuestos a trabajar con nosotros; también hay los que sí, los que están interesados, los que nos preguntan, los que platican sus problemas, que nos llevan a los chicos problemáticos, que nos dicen cómo podrían hacerle para trabajar con tales chicos que incluso tienen

⁴³ BENGOA, González, Juana, *Investigación acción para la mejora de la convivencia escolar a nivel secundaria. Perspectiva sistémico-estratégica en la intervención orientador*, FES Zaragoza, 2016, p. 6.

diagnósticos psiquiátricos, de todo hay, y los chicos igual, generalmente casi todos los jóvenes ceden a trabajar con nosotros y nos aceptan muy bien, los papás también, en esa secundaria en especial todos los papás tuvieron un grado de aceptación muy alto con respecto a nuestro trabajo.”⁴⁴

En este caso el proyecto fue aprobado por el director de la secundaria, quien se ha mostrado dispuesto y entusiasmado por intentar algo nuevo en la institución a la que representa para llegar a un cambio en la forma de resolución de problemas de convivencia escolar que se presentan en los adolescentes de esa comunidad.

A continuación en el cuadro 9, se presenta un cronograma que la Doctora implementó de las actividades que realiza en la secundaria, una vez que su proyecto fue bien aceptado:

Cuadro 9. Modelo de intervención del psicoorientador.

Fases de intervención	Actividades	Duración aproximada
1.- Identificación de necesidades y problemas	Entrevista para el contexto	3 meses
	Información sobre las instancias y personas que toman decisiones	
2.- Diagnóstico de la situación	Escuchar el problema (entrevistas).	2 meses
	Identificar quienes pueden formar parte de la solución	
	Consentimiento informado solicitando grabar las sesiones	
	Definir el objetivo a trabajar	
	Definir el cambio mínimo	
	Identificar el marco de referencia de los	

⁴⁴ ENTREVISTA A: Dra. Juana Bengoa González.

	consultantes	
	Detectar las soluciones intentadas	
3.- Desarrollo del plan de acción	Diseñar las intervenciones particulares a cada problema Ajustar cada intervención al proceso de cambio	7 mes
4.- Acción	Describir las intervenciones de oportunidad que vayan surgiendo en la intervención Ajustar las intervenciones.	7 mes
1. Reflexión o evaluación	Seguimiento de las intervenciones. Revisión de las grabaciones de casos Evaluación de la aplicación de las estrategias Valorar si se hace necesario repetir alguna de las fases anteriores	12 meses

Fuente: BENGOA GONZÁLEZ, Juana, *Investigación acción para la mejora de la convivencia escolar a nivel secundaria. Perspectiva sistémico-estratégica en la intervención orientador*, FES Zaragoza, 2016, p. 11.

2.7. Una posible vía de solución.

En este apartado se explica por qué el psicoorientador es una posible vía de solución a los problemas de convivencia escolar en las escuelas secundarias.

En entrevista la Dra. Juana Bengoa González explica las razones por las cuales la inserción de un psicoorientador en las secundarias es una posible vía de solución que ayude a los adolescentes a reducir los problemas de convivencia escolar que aquejan al orden educativo, tanto para alumnos, docentes, autoridades y padres de familia.

“Yo digo que un psicoorientador que tenga en sus manos una herramienta que sea útil y que además, halla la infraestructura con la forma que la SEP proponga ese papel del psicoorientador como un papel fundamental que se requiere en todas las escuelas, porque ahorita no es así, porque ni siquiera los nombran psicoorientadores, sino orientadores y los orientadores tienen otras funciones, como dice el director de la escuela en donde estoy, la oficina del orientador es el ministerio público, ahí llegan todas las quejas, y en realidad lo que hace el orientador nada más es acumular las quejas y la salida es mandar llamar a los papás y hacer castigos como suspensiones o que los chicos trabajen desde la casa. Yo digo que muchos tienen muchas capacidades para escuchar a los chicos, para tratar de entenderlos, pero no tiene formas que los ayuden a resolver los problemas más grandes y entonces entran en mucha frustración. Si un psicoorientador tuviera esa función que dije como de ayudar a estimular el desarrollo y a resolver los problemas, y a eso se dedicara, tuviera el espacio para hacerlo las horas que se necesitan para hacerlo y hubiera más de uno en una escuela, sería fabuloso. No creo que eso ocurra mucho por todo lo que ya he visto, no creo porque son cuestiones donde ya entran las políticas de la SEP, donde entra el dinero que se dan a las escuelas y no creo que estén muy interesados realmente en eso, pero me parece que sería un factor fundamental que se hiciera porque todo lo que tiene que ver con la convivencia, los conflictos, los problemas donde hay personas influyen mucho en toda la actividad humana, si no sabemos resolver los conflictos, aunque tengas los mejores deseos de que las cosas salgan bien, habrá problemas, no habrá una buena vía. Los chicos luego ya no quieren ir a la escuela porque tienen problemas con alguien que los bullea, porque no se saben manejar esas cosas, y entonces si no se saben manejar, siempre las personas que están intentando resolver las cosas tienen un método, a veces es un método de sentido común para resolverlas, no tienen un método de una disciplina científica y ese es el problema. Yo creo que si sería una solución, yo creo que el papel del psicólogo en el campo educativo es un papel muy importante, pero saber cómo hacerlo porque no nada más es dar consejos, los psicólogos no estamos formados para dar consejos, los psicólogos tenemos que saber formas, métodos, modelos terapéuticos para saber cómo resolver problemas, esa es la diferencia y yo veo que no hay esa formación, no creo que la SEP ponga atención en eso,

por eso para mí es importante difundir la información, porque los papás dicen que es bueno que haya psicólogos en la escuela, pero sólo estamos prestados en una escuela, entonces los papás si se dan cuenta que para algo servimos, que está bien que estemos ahí, pero el problema es que la SEP no paga para eso, por eso hay que difundir y hacer notar que si tenemos un campo donde hacer cosas importantes.”⁴⁵

La vida en las instituciones educativas y en particular en las secundarias, se ha deteriorado hasta el extremo de convertir la interacción y la convivencia en una experiencia difícil y desagradable para el alumnado y el profesorado.

Dentro de las políticas de la SEP si hay una norma que regula la convivencia escolar, pero no desde una perspectiva psicológica que implique una teoría o un método con profesionales especializados en psicología educativa.

En efecto, el psicoorientador si en primera instancia fuera reconocido por su labor y en segunda si no existiera el obstáculo de las normas y políticas de la SEP o dicha institución pagara por el costo que implicaría la integración de este actor educativo, entonces sería una muy buena posible vía de solución a la reducción de los problemas de convivencia escolar en los adolescentes mexicanos, y por ende, conllevaría a un cambio social.

Como se pudo observar en el capítulo dos, se realizó la investigación del tema, para un mejor entendimiento y profundización, se hizo una contextualización del papel del psicoorientador y un diagnóstico de la escuela secundaria donde se llevo a cabo el estudio.

⁴⁵ ENTREVISTA A: Dra. Juana Bengoa González.

Capítulo 3.

Propuesta de campaña social para promover el trabajo del psiorientador. Caso: Escuela Secundaria Diurna número 86.

Tras explicar qué es una campaña social, sus propósitos y cómo se lleva a cabo, además de definir el papel de un psicoorientador y sus objetivos como un nuevo actor dentro de la educación, finalmente es conveniente pasar a la propuesta de campaña social para la Escuela Secundaria Diurna Número 86.

En el presente capítulo se abordan los objetivos generales y particulares de la campaña de acción social, se define el Brief y se realiza una investigación de mercado acompañada de los resultados de las encuestas aplicadas. También se concreta la estrategia creativa y la estrategia de medios, junto con un presupuesto que permita al cliente saber el costo de las herramientas a implementar y su distribución.

3.1. Investigación de mercado.

“La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.”⁴⁶ El estudio de mercado permite conocer a los clientes con los que ya se cuenta, además de identificar a los consumidores potenciales. Mediante el conocimiento de sus gustos, preferencias, ubicación geográfica, clase social y ocupación, a lo que se le denomina como segmentación de mercados, entre otros aspectos, para ofrecer productos y/o servicios a la medida y así dar satisfacción al mercado meta.

En el caso de la Escuela Secundaria Diurna Número 86, realizar una investigación de mercado permite conocer los problemas de convivencia escolar que predominan entre los alumnos, así como la manera en que son percibidos por todos los actores escolares y saber la opinión que se tiene del

⁴⁶ Fuente: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>. [Fecha de consulta: 16 de septiembre del 2018]. 23:19 pm.

trabajo del psicoorientador, al mismo tiempo que, se hallarán los canales de comunicación idóneos para promover su labor y promocionar sus servicios.

De acuerdo con el problema de esta investigación y con el objetivo principal, se debe recabar información que permita conocer las opiniones del público meta de manera directa y de forma cuantitativa y cualitativa. Por consiguiente, se utilizó como método de investigación la encuesta por ser personal y anónima, esto da la posibilidad de que los resultados sean más certeros con el fin de ayudar a establecer las estrategias óptimas para la campaña.

3.2. Modelo de encuesta.

Para la realización de la investigación de mercado, se llevó a cabo una encuesta enfocada a los problemas de convivencia escolar para conocer cuáles de ellos se realizan en la Escuela Secundaria Diurna Número 86, además de saber el contexto y el pensar de todos los actores educativos de la institución.

El modelo de encuesta se presenta en los cuadros diez, once y doce. Fue aplicada en el mes de julio del 2018, a 95 alumnos, divididos en tres grupos: 1º, 2º y 3º grado; 23 profesores y 41 padres de familia. Las interrogantes son del mismo tema pero con enfoque distinto para conseguir la información pertinente, de acuerdo a la jerarquía de cada grupo encuestado.

Cuadro 10. Modelo de encuesta para los alumnos.



**Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Encuesta para la investigación sobre problemas de convivencia escolar en nivel secundaria.
Marque con una "x" la opción que sea más representativa para usted.**

Sexo: Femenino () Masculino ()

Edad: _____

1. ¿Hasta qué nivel de estudios te gustaría obtener?
Secundaria () Preparatoria () Licenciatura () Maestría ()
Doctorado () Otro ¿Cuál? _____
2. ¿Existe preocupación por parte de tu familia sobre tu rendimiento académico y comportamiento?
Si () No () ¿Por qué? _____
3. Recibes un trato cordial y respetuoso de:
Autoridades Si () No ()
Profesores Si () No ()
Administrativos Si () No ()
Estudiantes Si () No ()
Padres de familia Si () No ()
En caso de recibir un trato desconocido indica qué y quién lo ejerció _____
4. Existe cooperación, consideración y apoyo entre:
Autoridades Si () No ()
Profesores Si () No ()
Administrativos Si () No ()
Estudiantes Si () No ()
Padres de familia Si () No ()
5. ¿Utilizas adecuadamente las instalaciones, mobiliario y demás materiales de la escuela?
Si () No ()
6. ¿Cumples respetuosamente las disposiciones impartidas por las autoridades?
Si () No () ¿Por qué? _____
7. ¿Estando dentro de la escuela has sufrido algún tipo de maltrato físico o psicológico?
Si () No ()
En dado caso que tu respuesta sea afirmativa indica qué y quién lo ejerció _____
8. ¿Conoces los derechos que tienes como estudiante?
Si () No ()
9. Consideras que la disciplina de tus compañeros es:
Muy buena () Buena () Regular () Mala ()

10. Consideras que tu disciplinas es:
 Muy buena () Buena () Regular () Mala ()

11. ¿Te sientes con la confianza suficiente para hablar con tu familia de lo que piensas y sientes?
 Si () No () ¿Por qué? _____

12. ¿Te sientes con la confianza suficiente para hablar con tus profesores de lo que piensas y sientes?
 Si () No () ¿Por qué? _____

13. ¿Cuáles son los problemas de convivencia escolar de los que tienes conocimiento? Puedes elegir todas las opciones que desees.
 Bullying () Cyberbullying () Cutting () Robo () Deserción escolar ()
 Embarazo () Suicidio () Depresión () Conducta desafiante ()
 Drogas/Alcohol () Acoso sexual ()



14. ¿En algún momento de tu vida has sufrido alguno de ellos?
 Si () No ()
 En dado caso que tu respuesta sea afirmativa indica cuál y quién lo ejerció _____

15. ¿En algún momento de tu vida has ejercido alguno de ellos?
 Si () No ()
 En dado caso que tu respuesta sea afirmativa indica cuál y a quién lo ejerciste _____

16. ¿Te gustaría que dentro de tu escuela existiera un profesional con el que puedas expresar y desahogar lo que piensas y sientes como lo es un psioorientador?
 Si () No () ¿Por qué? _____

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 11. Modelo de encuesta para los profesores.

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Encuesta para la investigación sobre problemas de convivencia escolar en nivel secundaria.
Marque con una "x" la opción que sea más representativa para usted.

Sexo: Femenino () Masculino ()

1. Nivel de estudios.
 Primaria () Secundaria () Preparatoria () Licenciatura ()
 Maestría () Doctorado ()

Otro () ¿Cuál? _____

2. Considera usted que la formación humana y de valores impartida en la escuela es:
Muy buena () Buena () Regular () Mala ()
3. Existe cooperación, consideración y apoyo entre:
Autoridades Si () No ()
Profesores Si () No ()
Administrativos Si () No ()
Estudiantes Si () No ()
Padres de familia Si () No ()
4. Ha sido objeto de burlas ofensivas, insultos, apodos o expresiones contrarias a las buenas costumbres y educación de:
Personal docente () Estudiantes () Padres de familia ()
5. ¿Considera usted que dentro de la escuela existen problemas de convivencia escolar?
Si () No ()
En caso de que su respuesta haya sido positiva, elija 3 opciones de las siguientes:
Bullying () Cyberbullying () Cutting () Robo () Deserción escolar ()
Embarazo () Suicidio () Depresión () Conducta desafiante ()
Drogas/Alcohol () Acoso sexual ()
6. Considera usted que la disciplina de la escuela es:
Muy buena () Buena () Regular () Mala ()
7. ¿Comunica usted oportunamente al padre de familia sobre problemas de rendimiento y disciplina de sus estudiantes?
Si () No ()
8. ¿Los padres de familia se preocupan por conocer el desempeño académico de sus hijos(as)?
Si () No () ¿Por qué? _____
9. ¿Sabe usted a quién acudir cuando tiene problemas para orientar a sus estudiantes en caso de mala disciplina o al encontrar otro tipo de situación?
Si () No () ¿Por qué? _____
10. ¿Considera usted que la escuela deba contar con una organización donde el personal docente pueda ser orientado con respecto al trato y disciplina para los estudiantes?
Si () No ()
11. ¿Considera usted que es una buena idea que esa organización este integrada por profesionales dedicados exclusivamente a resolver problemas de convivencia escolar como lo son los psicorientadores?
Si () No ()
12. ¿Estaría usted dispuesto a otorgar tiempo de su clase para canalizar a los estudiantes y reciban ayuda por parte del psicorientador?
Si () No () ¿Por qué? _____

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12. Modelo de encuesta para los padres de familia.



**Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**Encuesta para la investigación sobre problemas de convivencia escolar en nivel secundaria.
Marque con una "x" la opción que sea más representativa para usted.**

1. Parentesco con el alumno.
Mamá () Papá () Otro () ¿Cuál? _____
2. Nivel de estudios.
Primaria () Secundaria () Preparatoria () Licenciatura ()
Maestría () Doctorado ()
Otro () ¿Cuál? _____
3. Estado civil
Soltero(a) () Casado(a) () Divorciado(a) ()
4. Ocupación actual. _____
5. Número de hijos. _____
6. ¿Qué valores fomenta en casa? Elija más de 2 opciones.
Respeto () Autonomía () Justicia () Tolerancia () Dignidad personal ()
Cooperación () Solidaridad () Responsabilidad ()
Otro () ¿Cuál? _____
7. ¿Hasta qué nivel de estudios desea que obtenga su hijo(a)
Secundaria () Preparatoria () Licenciatura () Maestría ()
Doctorado () Otro ¿Cuál? _____
8. Mantiene diálogo con su hijo(a) respecto a problemas escolares, personales, etc.
Siempre () A veces () Cuando tengo tiempo () Nunca ()
9. ¿Cuáles son los problemas de convivencia escolar de los que tiene conocimiento? Elija 3 opciones
Bullying () Cyberbullying () Cutting () Robo () Deserción escolar ()
Embarazo () Suicidio () Depresión () Conducta desafiante ()
Drogas/Alcohol () Acoso sexual ()
10. ¿Piensa usted que estos comportamientos son normales?
Si () No ()
11. ¿Piensa usted que su hijo(a) sufre de alguno de los problemas de convivencia escolar anteriores?
Si () No () ¿Cuál(es)? _____

12. ¿Piensa usted que su hijo(a) es quien propicia alguno de los problemas de convivencia escolar anteriores?
Si () No ()
13. ¿Qué cosas lo motiva a tener a su hijo(a) en esta escuela secundaria?
La jornada escolar () Los profesores () El ambiente escolar ()
Cercanía al hogar () La modalidad () Proyecto de vida ()
14. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene usted con respecto a la educación que le brinda la escuela a su hijo(a)?
Alto () Medio () Bajo () Muy bajo ()
15. ¿Considera usted que la escuela deba contar con una organización donde los padres de familia puedan ser orientados sobre los mejores formas para educar a su hijo(a)?
Si () No ()

Fuente: Elaboración propia.

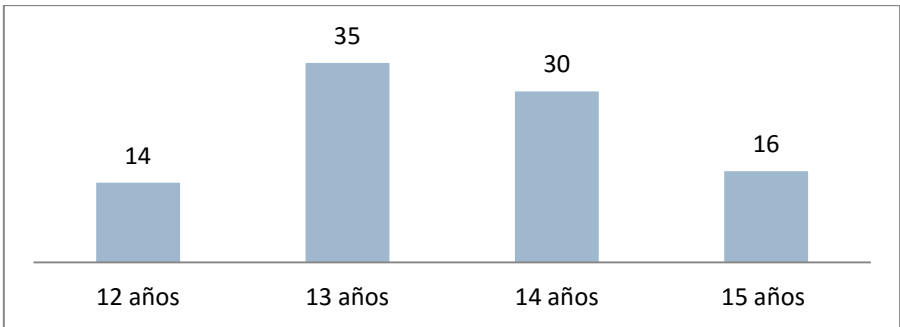
3.3. Análisis de resultados.

La importancia de analizar los resultados obtenidos en la investigación de mercados, radica en la oportunidad de saber cómo dirigir el mensaje y hacia dónde orientar la campaña de publicidad social o comercial.

A continuación se exponen y analizan los resultados derivados de los tres grupos de jerarquización pertenecientes a la Escuela Secundaria Diurna Número 86: alumnos (95), profesores (23) y padres de familia (41).

1. Alumnos.

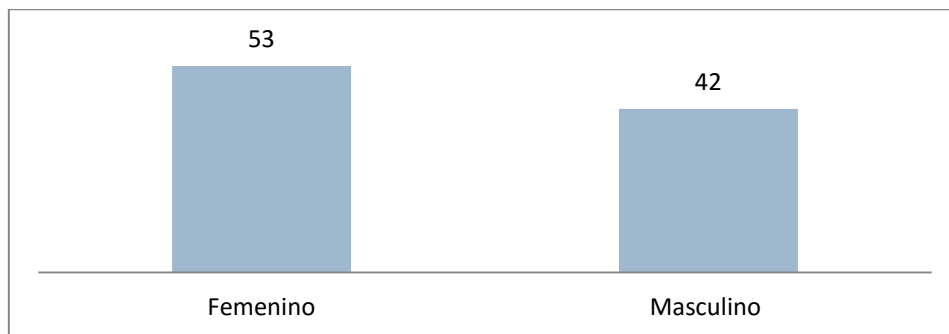
Gráfica 6. Edad.



Fuente: Elaboración propia

De los 95 alumnos encuestados, los 13 años representan la moda de edades al contar con un mayor número de personas (35), mientras que la edad de 12 años es la menos común (14). En referente al promedio, da como resultado 13.5 años.

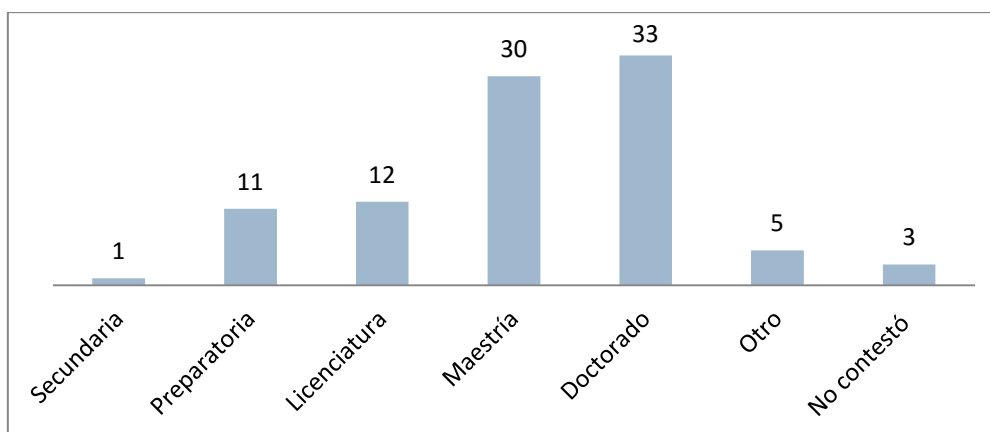
Gráfica 7. Género.



Fuente: Elaboración propia.

El género predominante es el femenino al contar con 53 personas registradas, lo que representa un 56% de la muestra total. Esto deja al género masculino con el 44% al contar con 42 registros.

Gráfica 8. ¿Hasta qué nivel de estudios te gustaría obtener?

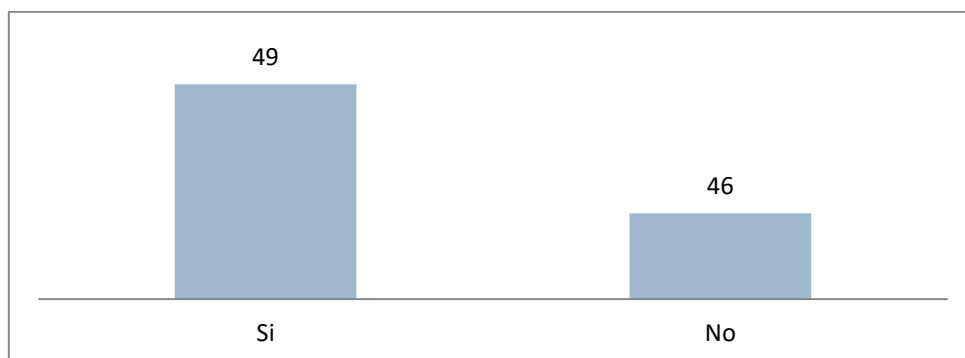


Fuente: Elaboración propia

En lo relativo con el nivel de estudios que desean obtener los estudiantes de la secundaria número 86, el primer puesto es el doctorado con 35%; en segundo lugar la maestría con 32%; en tercer lugar la licenciatura con 13%; en cuarto lugar la preparatoria con 11%, en quinto lugar otro tipo de educación con 5%; mientras que el 3% no contestó y el 1% que representa a una persona indica

que sólo desea terminar la secundaria. La mayoría aspira a un nivel alto como el doctorado.

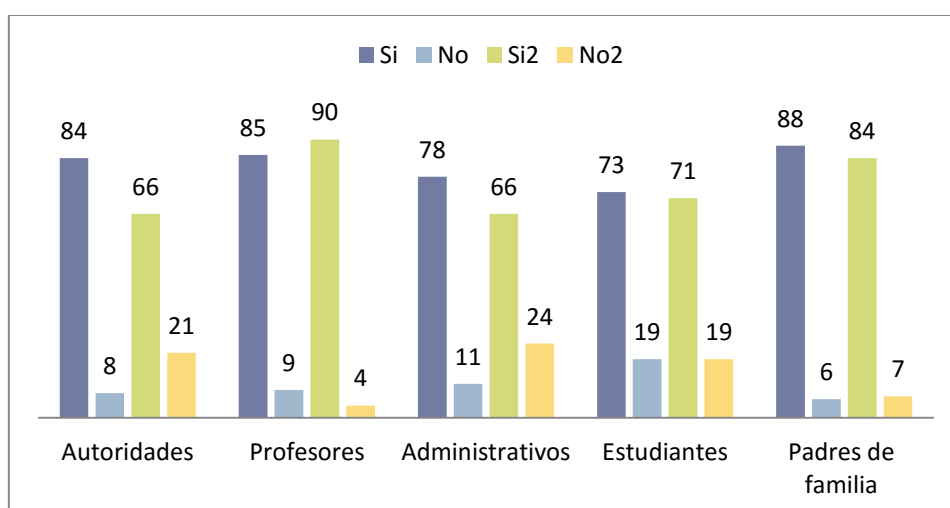
Gráfica 9. ¿Existe preocupación por parte de tu familia sobre tu rendimiento académico y comportamiento?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a que si existe preocupación por parte de la familia sobre su comportamiento y rendimiento académico el 52% respondió que si la hay, entretanto que el 48% dijo que no. Por lo tanto, más de la mitad señaló que su familia está al pendiente de su vida escolar.

Gráfica 10. Recibes un trato cordial y respetuoso de; Existe cooperación, consideración y apoyo entre.



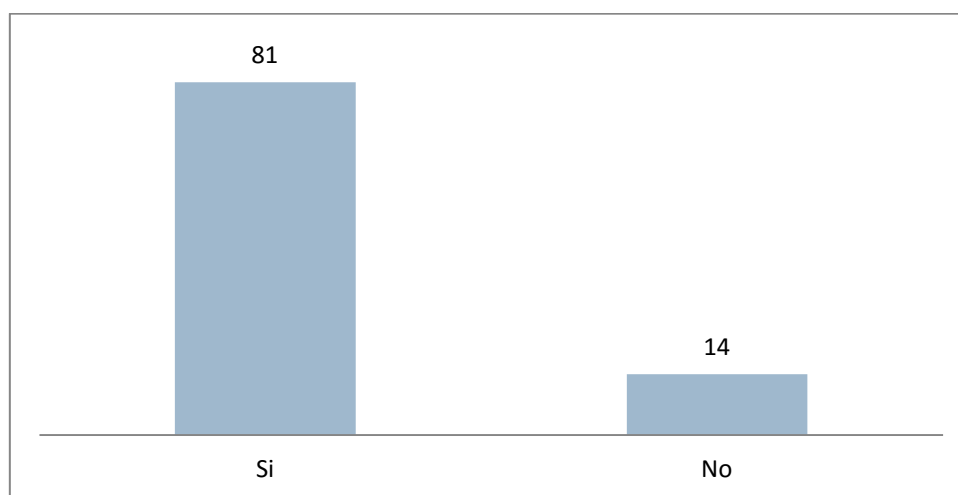
Fuente: Elaboración propia

Por lo que se refiere a la relación entre los alumnos y los demás actores del ámbito escolar (pregunta tres) el 88% de los alumnos señalaron que reciben un trato cordial por parte de las autoridades, en tanto que el 8% respondió que no;

el 89% contestó que si recibe un buen trato de los profesores, mientras que el 9% indicó que no; el 82% señaló que si recibe un trato cordial por parte de los administrativos, entretanto el 12% apuntó que no es así; el 77% admitió si recibir un buen trato de sus compañeros, el 20% dijo que no lo recibe y el 93% respondió que si reciben un buen trato de los padres de familia y un 6% que no.

En lo que concierne a la relación de los otros actores escolares desde la perspectiva de los estudiantes (pregunta cuatro) el 69% señaló que existe apoyo entre las autoridades y el 22% indicó que no; el 95% contestó que hay apoyo entre los profesores y el 4% que no lo hay; el 69% respondió que existe apoyo entre los administrativos y el 25% que no es así; el 75% señaló que si hay apoyo entre los estudiantes y el 20% indicó que no y el 88% contestó que si existe apoyo entre los padres de familia y el 7% que no lo hay.

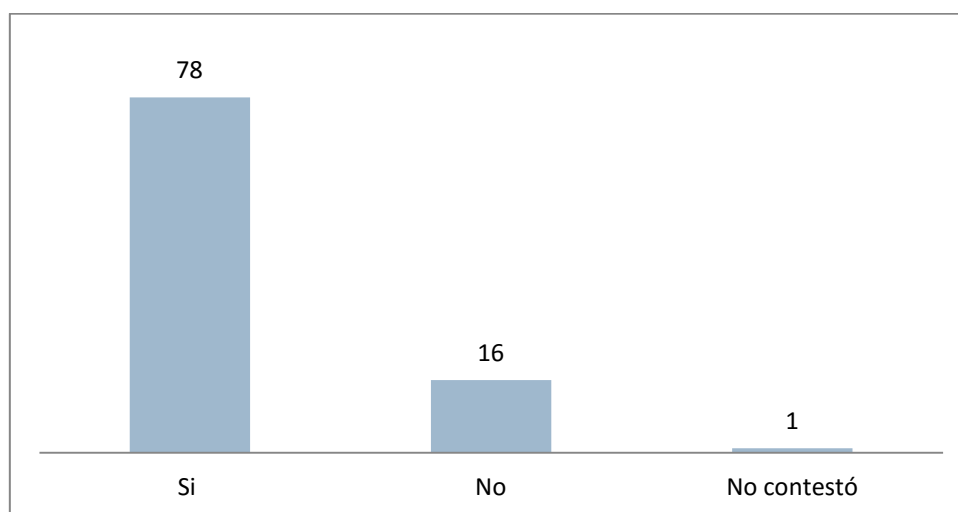
Gráfica 11. ¿Utilizas adecuadamente las instalaciones, mobiliario y demás materiales de la escuela?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a si los alumnos utilizan adecuadamente las instalaciones y material de la escuela el 85% indicó que si lo respeta, mientras que el 15% admitió no hacerlo.

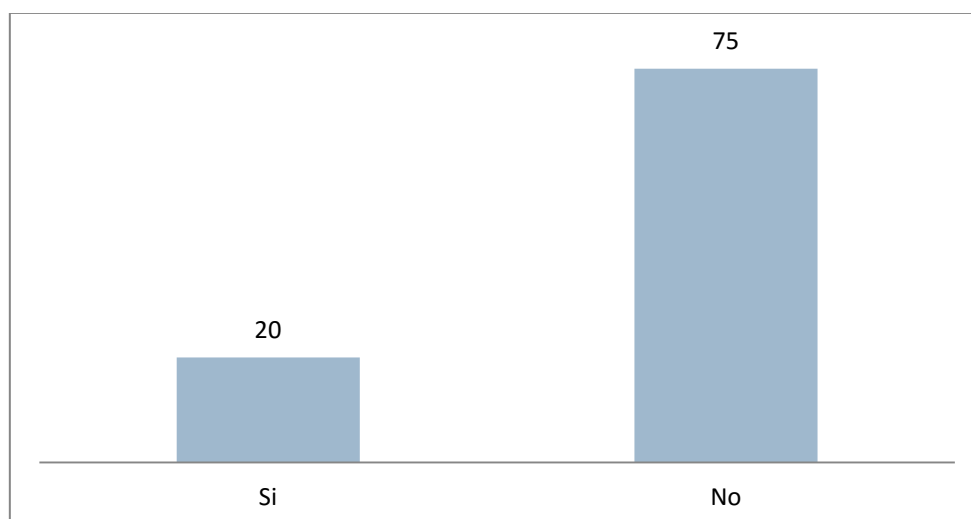
Gráfica 12. ¿Cumple respetuosamente las disposiciones impartidas por las autoridades?



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a si los alumnos cumplen las normas y disposiciones de las autoridades el 82% apuntó que si lo llevan a cabo por una cuestión de respeto, entretanto que el 17% acepto que no lo cumple y el 1% no contestó a la pregunta. La mayoría cumplen con el reglamento de la escuela.

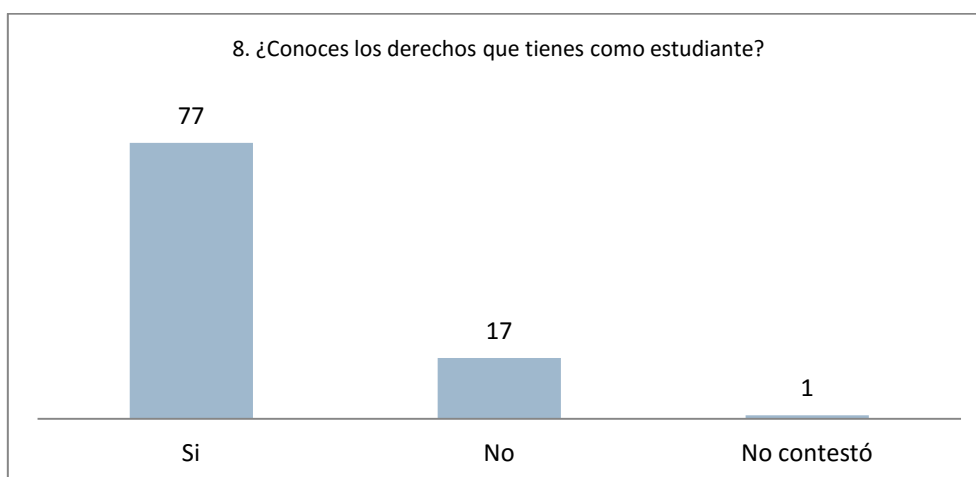
Gráfica 13. ¿Estando dentro de la escuela has sufrido algún tipo de maltrato físico o psicológico?



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a si en algún momento han sufrido maltrato físico o psicológico en la escuela el 21% respondió que sí y el 79% que no. La mayoría negó sufrir algún tipo de maltrato.

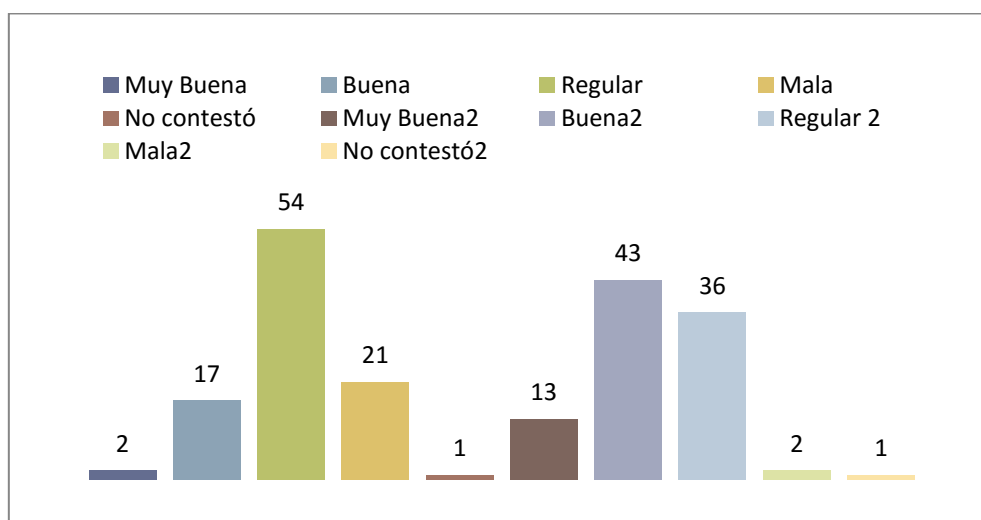
Gráfica 14. ¿Conoces los derechos que tienes como estudiante?



Fuente: Elaboración propia

Respecto a si conocen sus derechos como estudiantes el 81% respondió que sí, mientras que el 18% que no y el 1% no contestó. La mayoría los conoce.

Gráfica 15. Consideras que la disciplina de tus compañeros es; Consideras que tu disciplina es.

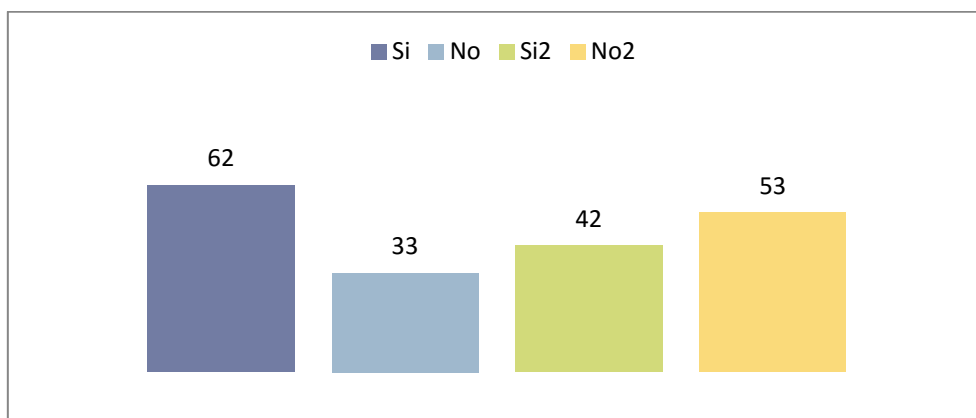


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la disciplina que perciben entre compañeros (pregunta 9) el 2% apuntó que es muy buena; el 18% la considera buena; el 57% que es regular; el 22% que es mala y el 1% no contestó.

Con respecto a su propia disciplina (pregunta diez) el 14% dijo que es muy buena; el 45% que es buena; el 38% que es regular, el 2% que es mala y el 1% no contestó. La mayoría aceptó tener una conducta regular.

Gráfica 16: ¿Te sientes con la confianza suficiente para hablar con tu familia de lo que piensas y sientes?; ¿Te sientes con la confianza suficiente para hablar con tus profesores de lo que piensas y sientes?

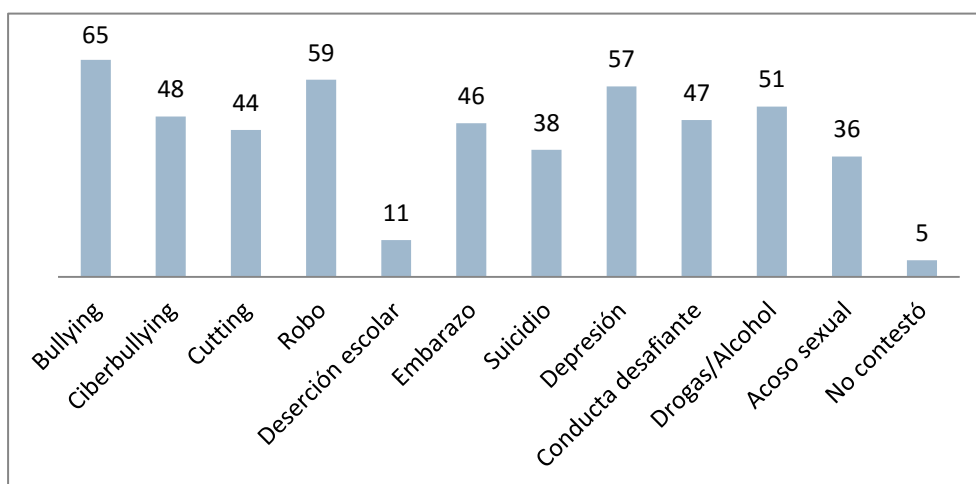


Fuente: Elaboración propia

Otro punto es si hay confianza para hablar con su familia sobre lo que piensan o sienten (pregunta once) el 65% respondió que si la hay y el 35% que no es así. La mayoría tiene la confianza para expresarse con su familia, la otra parte dijo que por problemas familiares, miedo, vergüenza, falta de atención y comunicación es que no se acercan a platicar.

En cuanto si existe confianza para hablar con sus profesores acerca de lo que piensan o sienten (pregunta doce) el 44% contestó que sí y el 56% que no la hay. La mayoría no tiene confianza hacia sus profesores para expresarse, principalmente por vergüenza y miedo.

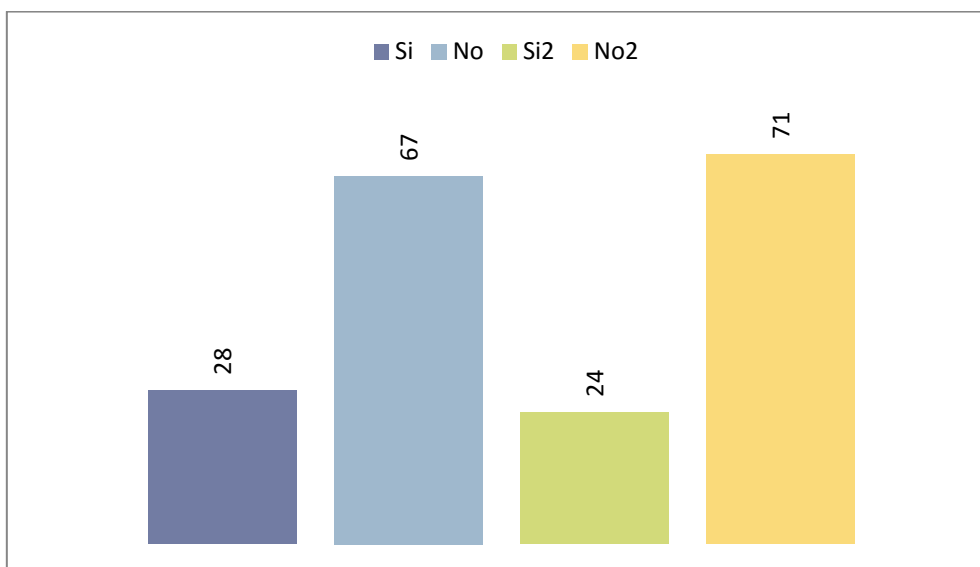
Gráfica 17. ¿Cuáles son los problemas de convivencia escolar de los que tienes conocimiento?



Fuente: Elaboración propia

Por lo que atañe a los problemas de convivencia escolar de los que tienen conocimiento los alumnos pone en primer lugar al bullying con el 68%; en segundo lugar al robo con un 62%; en tercer lugar la depresión con el 60%; en cuarto lugar drogas/alcohol con un 54%; en quinto lugar el cyberbullying con un 51%; en sexto lugar la conducta desafiante con un 49%; en séptimo lugar el embarazo con un 48%; en octavo lugar el cutting con un 46%; en noveno lugar el suicidio con un 40%; en decimo lugar el acoso sexual con un 38%; en onceavo lugar la deserción escolar con un 12% y el 5% prefirió no referir ninguna respuesta. La mayoría conoce al bullying como el principal problema de convivencia escolar y la deserción escolar como el menos común.

Gráfica 18. ¿En algún momento de tu vida has sufrido alguno de ellos?; ¿En algún momento has ejercido alguno de ellos?



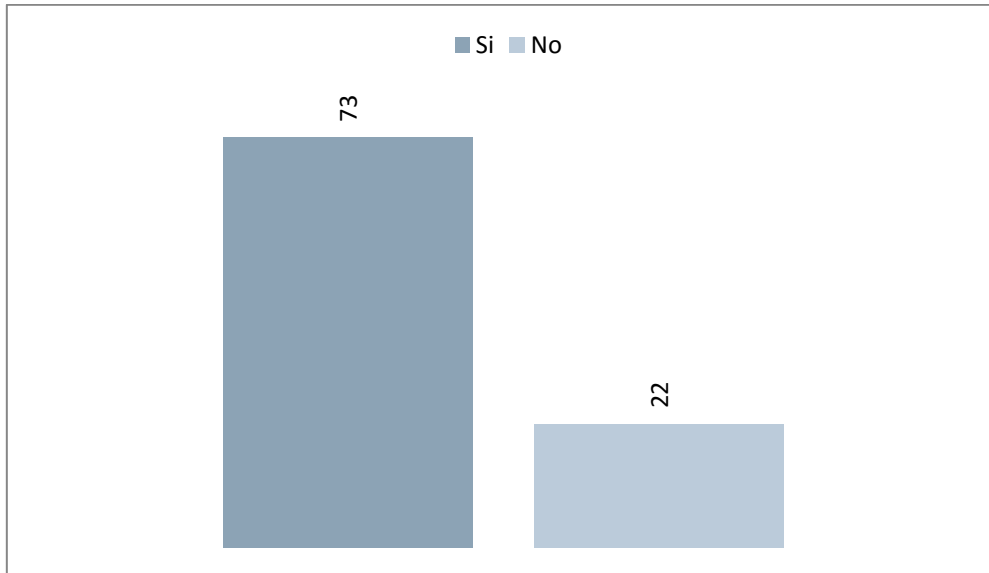
Fuente: Elaboración propia

En lo que concierne a si en algún momento ha pasado por algún problema de convivencia escolar (pregunta catorce) el 29% aceptó haber tenido alguno y el 71% que no. La mayoría negó estar dentro de alguna situación, pero entre los estudiantes que dieron una respuesta positiva, señalaron que sus problemas principalmente han sido el bullying, cutting, robo y depresión.

En lo que concierne a si en algún momento han provocado un problema de convivencia escolar (pregunta quince) el 25% aceptó si provocarlo y el 75% que no. La mayoría negó el propiciar alguna de estas situaciones, por el

contrario los alumnos que lo aceptaron, señalaron que han hecho bullying, robo y conducta desafiante.

Gráfica 19. ¿Te gustaría que dentro de tu escuela existiera un profesional con el que puedas expresar y desahogar lo que piensas y sientes como lo es un psicoorientador?

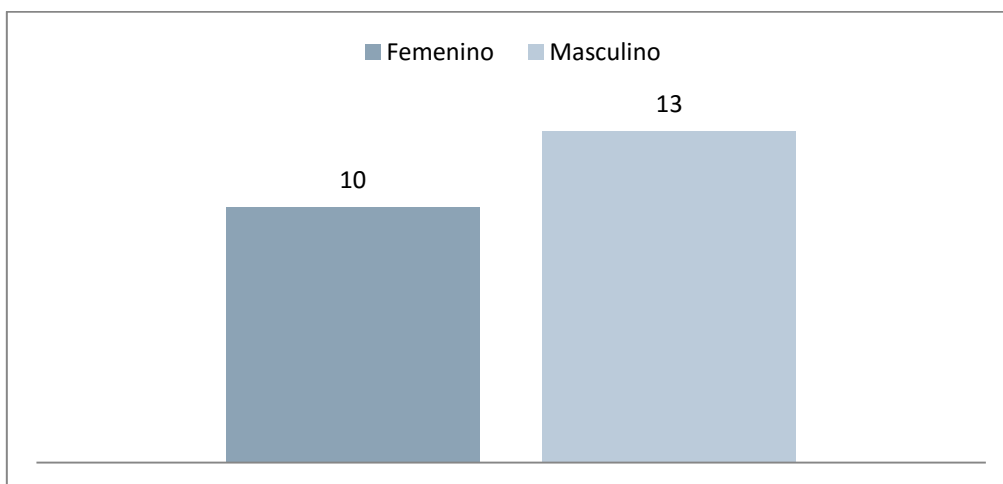


Fuente: Elaboración propia

En relación con si les gustaría que hubiera un psicoorientador en su escuela con el propósito de escucharlos y guiarlos el 77% contestó que sí y el 23% que no. La mayoría refirió que sería una ayuda, una guía y un buen consejero.

2. Profesores.

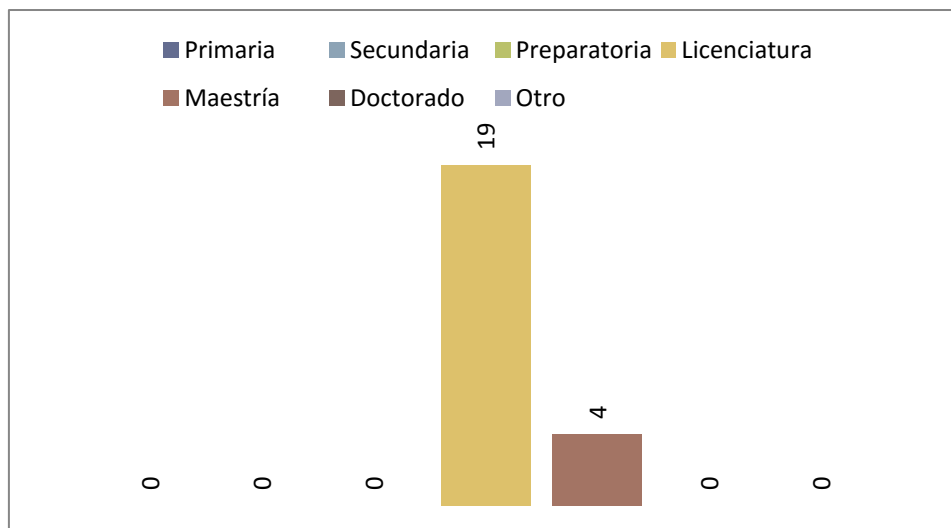
Gráfica 20. Género.



Fuente: Elaboración propia

El género predominante es el masculino al contar con 13 personas registradas, lo que representa un 57% de la muestra total. Esto deja al género femenino con el 43% al contar con 10 registros.

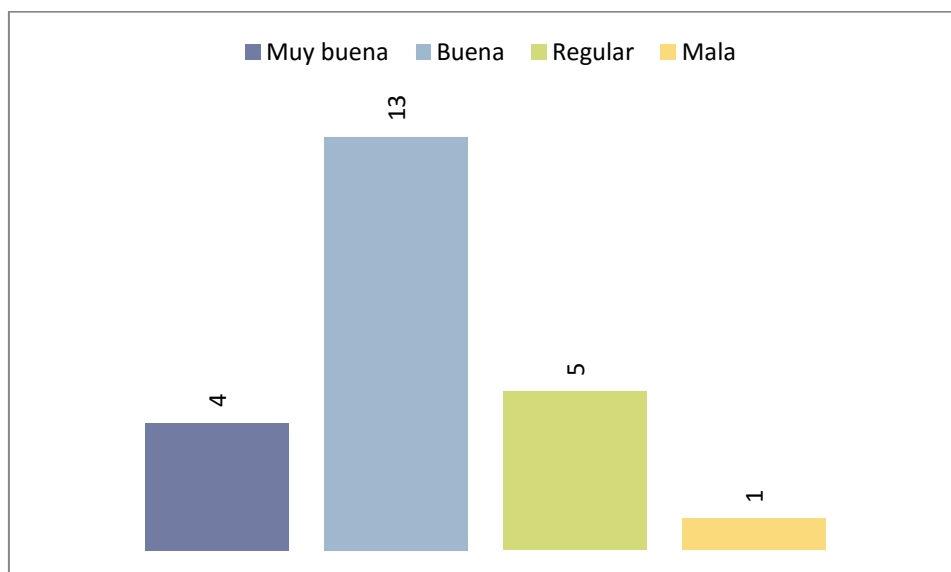
Gráfica 21. Nivel de estudios.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al nivel de estudios de los profesores el 83% que representa 19 registros cuenta con una licenciatura y sólo el 17% que representa 4 registros cuenta con una maestría.

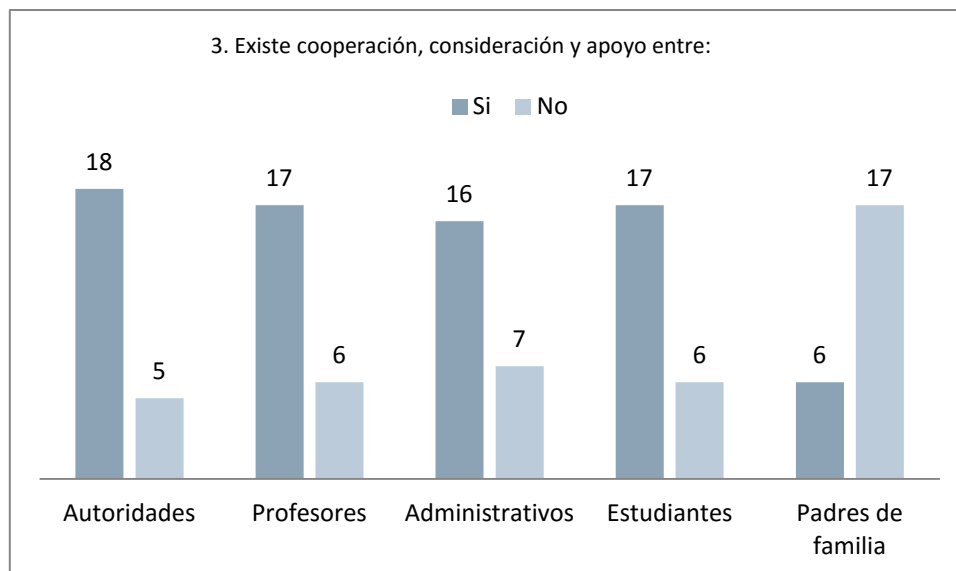
Gráfica 22. Considera usted que la formación humana y de valores impartidos en la escuela es:



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la opinión de los profesores acerca de la formación humana y de valores que da la escuela el 17% piensa que es muy buena, el 57% que es buena, el 22% que es regular y el 1% que es mala.

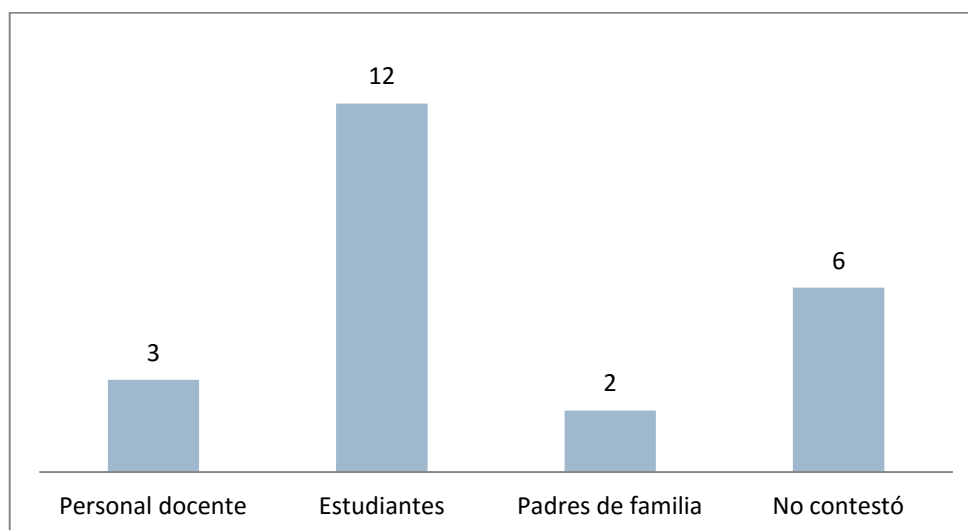
Gráfica 23. Existe cooperación, consideración y apoyo entre:



Fuente: Elaboración propia

Otro punto es su opinión sobre las interacciones que se dan entre todos los actores del ámbito escolar. El 78% señaló que hay cooperación y apoyo con las autoridades y el 22% que no la hay; el 74% indicó que existen los mismos factores entre los profesores y un 26% que no es así; el 70% respondió que hay apoyo con los administrativos y el 30% que no lo hay; el 74% contestó que si hay cooperación con los estudiantes y el 26% piensa que no y el 26% señaló que si hay buena comunicación con los padres de familia, mientras que el 74% dice que no es de esa manera.

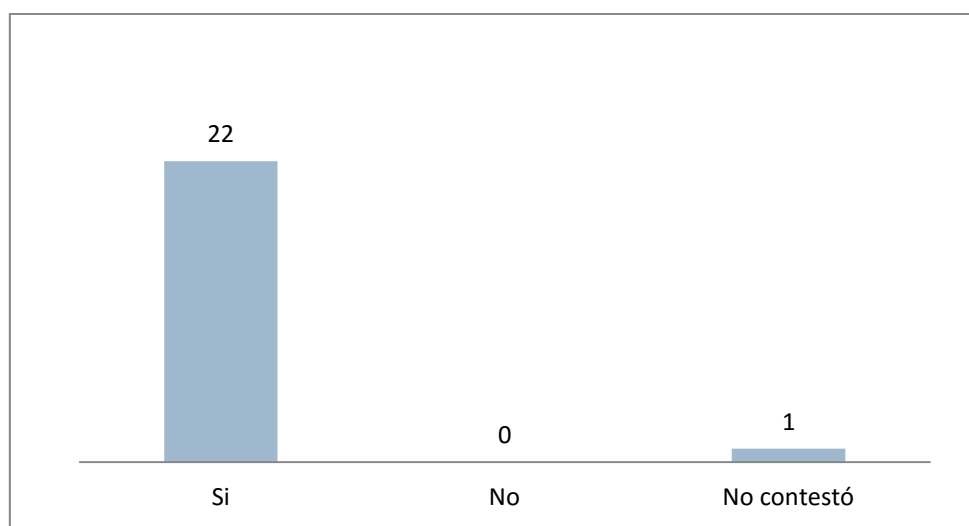
Gráfica 24. Ha sido objeto de burlas ofensivas, insultos, apodos o expresiones contrarias a las buenas costumbres y educación de:



Fuente: Elaboración propia

Por lo que se refiere a si los profesores han sido objeto de malos tratos señalaron que lo han recibido por parte del personal docente que representa el 13%, el 52% por parte de estudiantes, el 9% proveniente de los padres de familia y el 26% no contestó lo que significa que negó alguna falta de respeto.

Gráfica 25. ¿Considera usted que dentro de la escuela existen problemas de convivencia escolar?

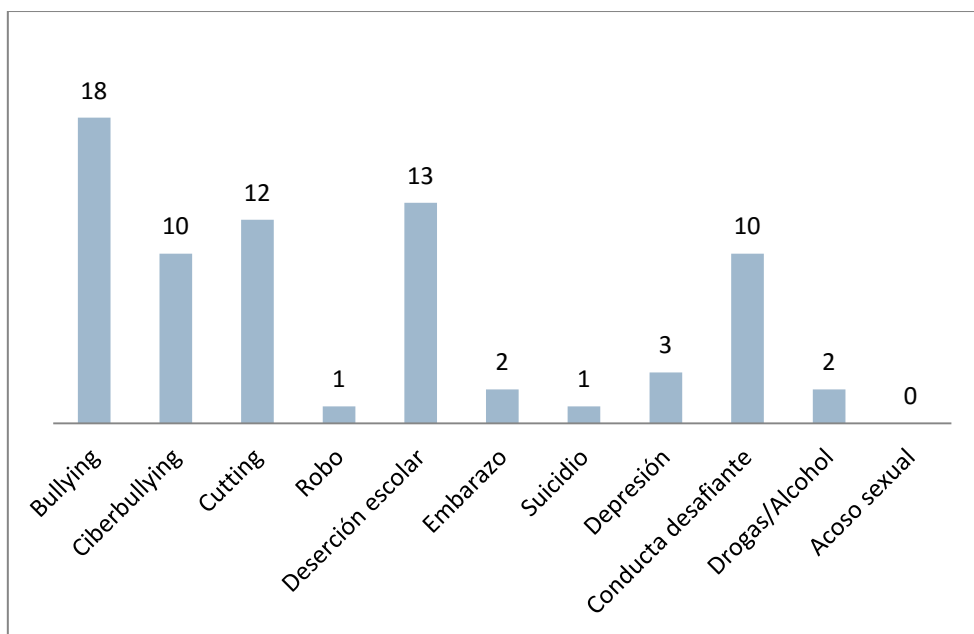


Fuente: Elaboración propia

Otro punto es si los profesores detectan problemas de convivencia escolar en la institución donde trabajan el 96% considera que los hay, 0 personas

señalaron la opción negativa, entretanto que sólo 1 persona no contestó la pregunta, quien representa el 4%. La mayoría concordó que existen estas problemáticas y nadie piensa que no las hay.

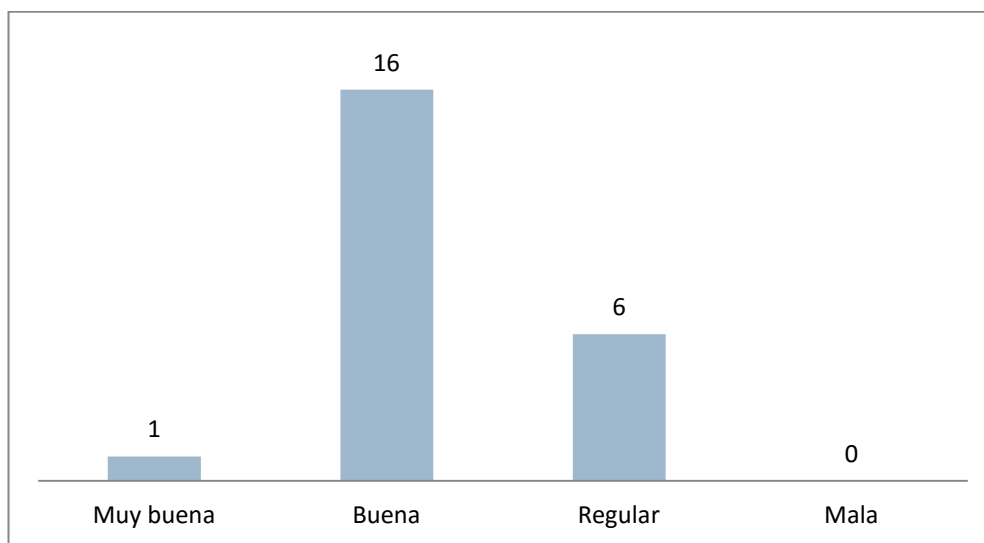
Gráfica 25.1. En caso de que su respuesta haya sido positiva, elija tres opciones de las siguientes:



Fuente: Elaboración propia

Por lo que atañe a los problemas de convivencia de los que tienen conocimiento los profesores ponen en primer lugar al bullying con un 78%; en segundo lugar la deserción escolar con un 57%; en tercer lugar el cutting con un 52%; en cuarto lugar el cyberbullying y la conducta desafiante con un 43%; en quinto lugar la depresión con un 13%; en sexto lugar el embarazo y las drogas/alcohol con un 9%; en séptimo lugar el robo y suicidio con un 4% y en último lugar el acoso sexual con 0 respuestas. La mayoría reconoce al bullying como el problema de convivencia más común, mientras que a diferencia de los alumnos, los profesores señalaron al acoso sexual como el menos frecuente.

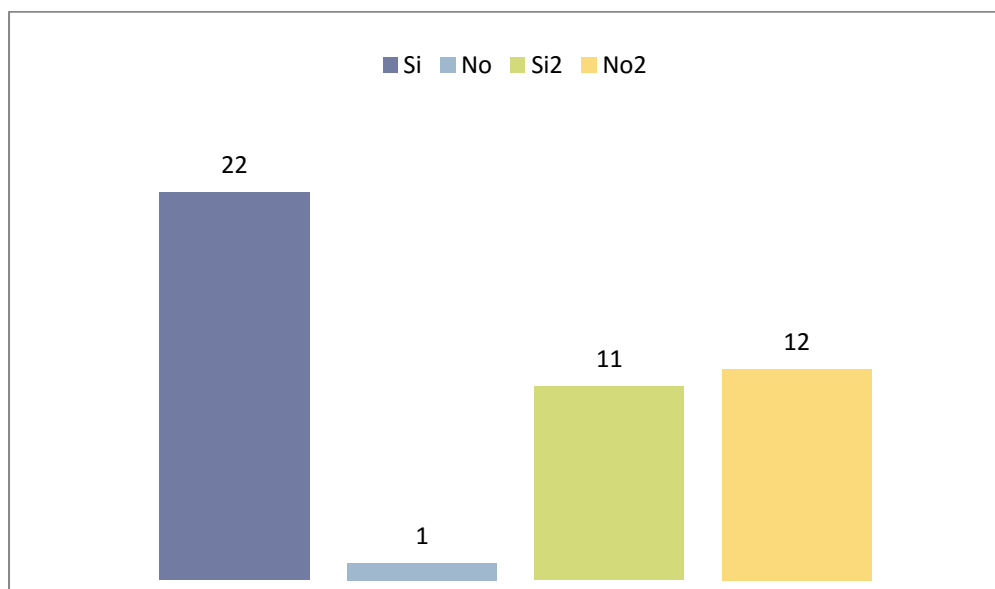
Gráfica 26. Considera usted que la disciplina de la escuela es:



Fuente: Elaboración propia

Por lo que se refiere a la disciplina de la escuela el 70% respondió que es buena, el 26% que es regular, el 4% que es muy buena y 0 personas que es mala. La mayoría opinó que la disciplina es buena y la minoría que es mala.

Gráfica 27. ¿Comunica usted oportunamente al padre de familia sobre problemas de rendimiento y disciplina de sus estudiantes?; ¿Los padres de familia se preocupan por conocer el desempeño académico y de sus hijos(as)?

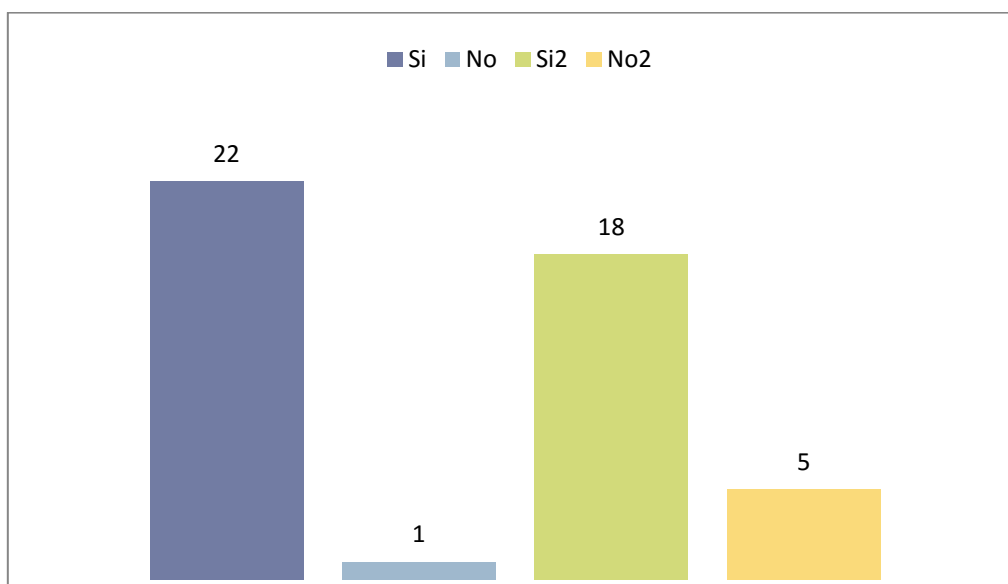


Fuente: Elaboración propia

Respecto a si los profesores informan a los padres de familia acerca de la disciplina de sus alumnos (pregunta siete), el 96% aseguró que hace de esa forma y el 4% que no lo hace porque no hay necesidad de llegar a ese punto.

Por lo que se refiere a si los padres de familia se preocupan por el desempeño y conducta de sus hijos (pregunta ocho), el 48% opinó que si es así y el 52% que no. La mayoría dijo que muchos padres no atienden a sus llamados por distintos factores que se desarrollan dentro del mismo núcleo familiar.

Gráfica 28. ¿Sabe usted a quién acudir cuando tiene problemas para orientar a sus estudiantes en caso de mala disciplina o al encontrar otro tipo de situación?; ¿Considera usted que la escuela deba contar con una organización donde el personal sea orientado?

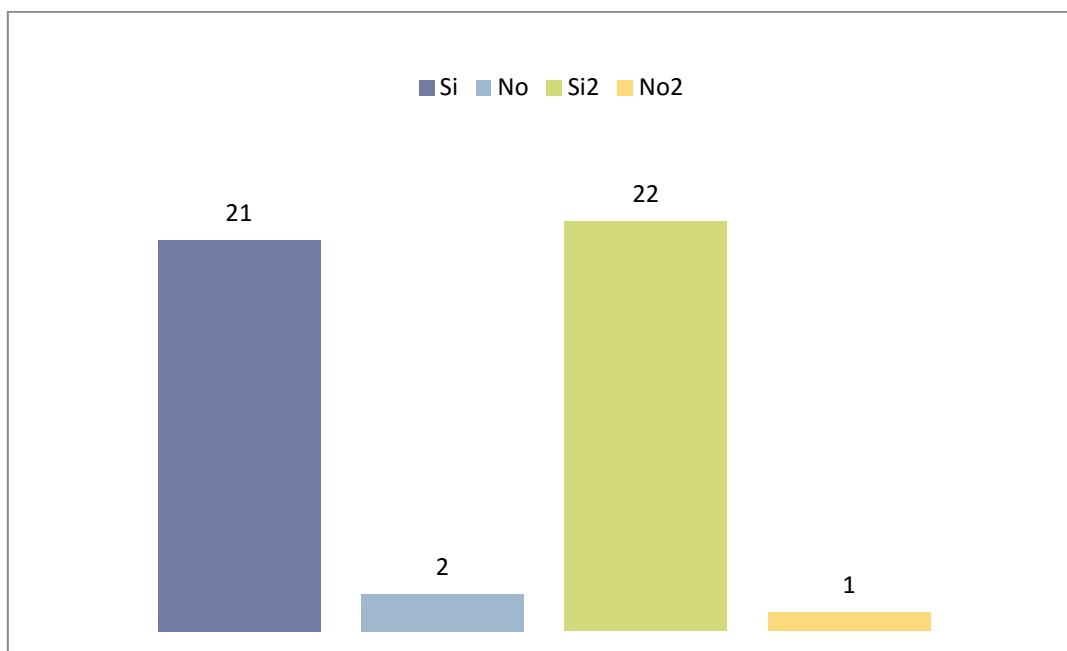


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a si los profesores saben a quién solicitar ayuda para orientar a sus alumnos durante un momento de crisis (pregunta 9), el 96% contestó que sí y el 4% que no. La mayoría dijo que llevan a sus alumnos a trabajo social, al área de orientación, al asesor de grupo o a los padres de familia.

En respecto a su opinión acerca de si deba existir un órgano dedicado a resolver problemas de conducta de los alumnos (pregunta 10), el 78% respondió que si les gustaría que hubiese y el 22% que no. La mayoría está de acuerdo con esta integración.

Gráfica 29. ¿Considera usted que es buena idea que esa organización este integrada por profesionales dedicados exclusivamente a resolver problemas de convivencia escolar como lo son los psicoorientadores?; ¿Estaría usted dispuesto a otorgar tiempo de su clase?



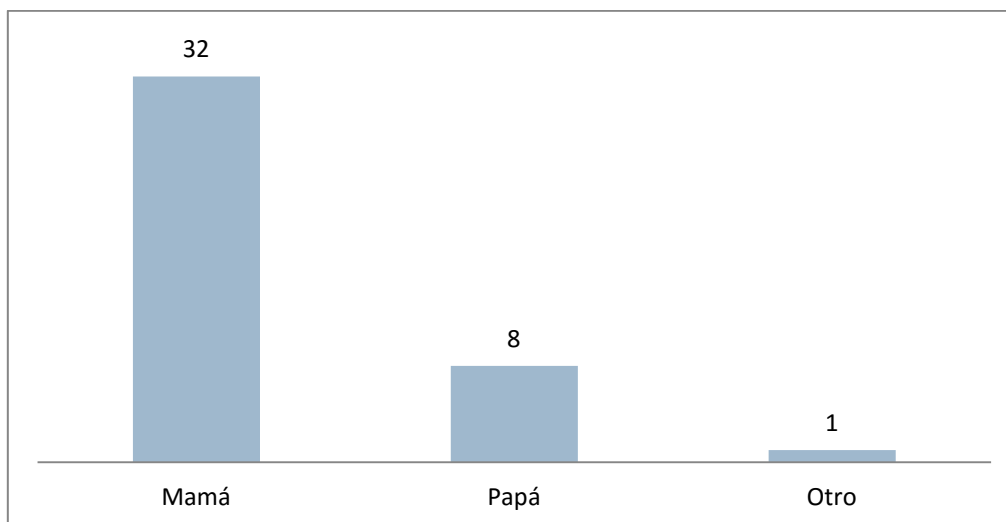
Fuente: Elaboración propia

En respecto a su opinión acerca de si deba haber una órgano formado por psicoorientadores en la escuela para ayudarlos a guiar a sus alumnos (pregunta once), el 91% respondió que sí es buena idea y el 9% que no lo es. La mayoría están dispuestos a colaborar con el psicoorientador.

En relación con si darían tiempo de su clase para que sus alumnos acudan a las sesiones con el psicoorientador el 96% contestó que si lo haría, mientras que el 4% no lo permitiría por considerarlo innecesario. La mayoría están dispuestos a dar tiempo de su clase.

3. Padres de familia.

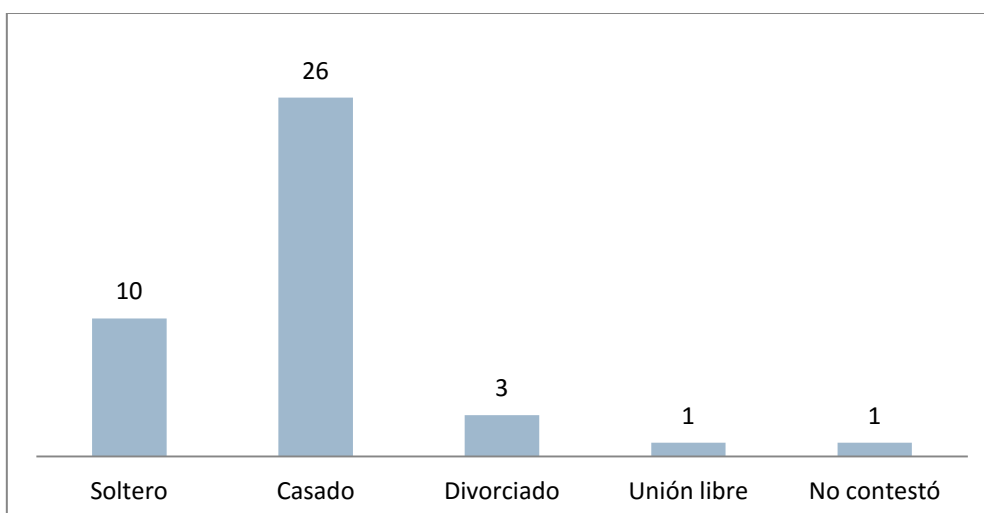
Gráfica 30. Parentesco con el alumno.



Fuente: Elaboración propia

Son las mamás las que dominan entre los encuestados con un 78% de la muestra total lo que equivale a 32 registros. Le siguen los papás con 8 registros representando el 20%, entretanto un registro fue de una hermana que equivale al 2%.

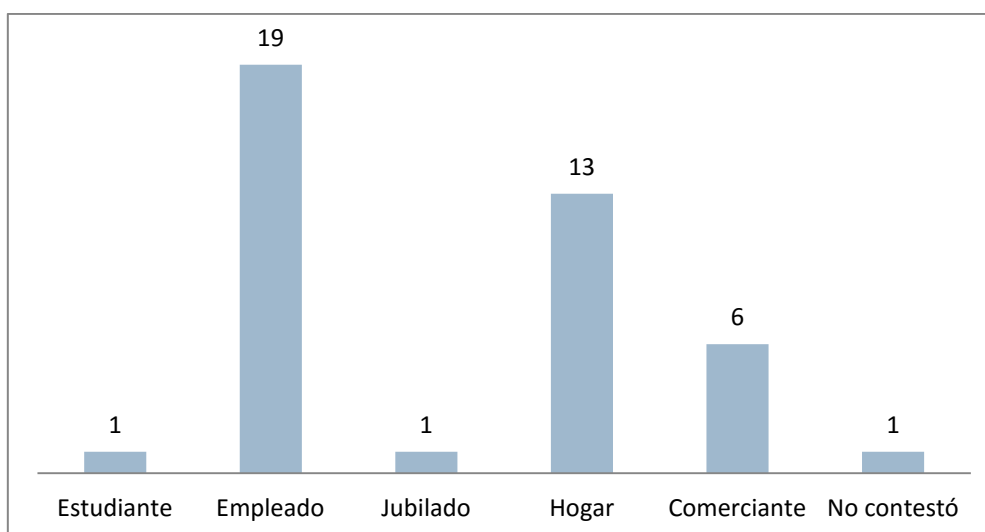
Gráfica 31. Estado civil.



Fuente: Elaboración propia

En lo relativo al estado civil el primer puesto lo ocupan los casados con el 64% correspondiente a 26 personas; el segundo puesto es para los solteros con un 24% que equivale a 10 registros; el tercer puesto corresponde a los divorciados con un 8% lo que equivale a 3 personas y en último puesto se encuentra el 2% que indicó vivir en unión libre con 1 persona y el 2% igualmente con 1 persona registrada que no contestó al indicar ser la hermana y dedicarse a estudiar de igual manera que su familiar.

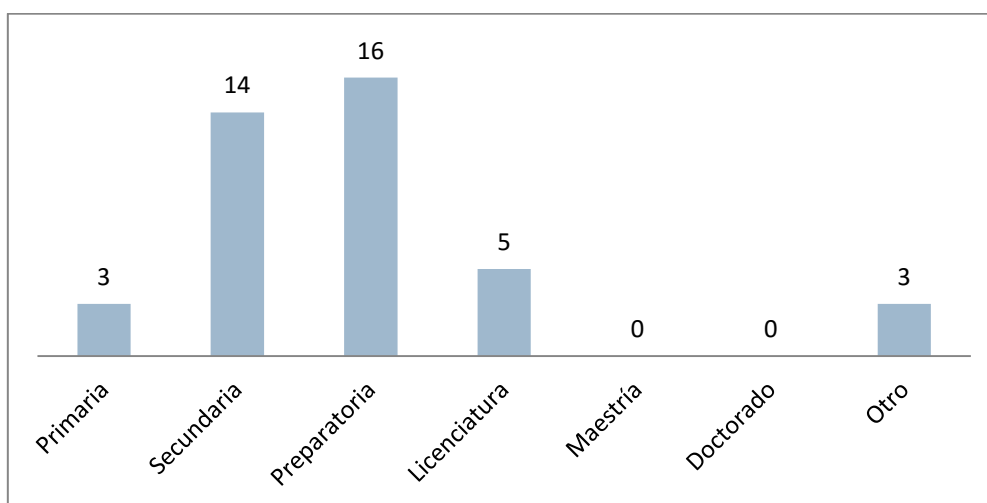
Gráfica 32. Ocupación.



Fuente: Elaboración propia

Son los empleados los que sobresalen entre los encuestados con un 47% de la muestra total, lo que equivale a 19 registros. Le siguen los que se dedican al hogar con 13 personas representando el 32%, mientras que los comerciantes ocupan el tercer lugar con 6 personas, siendo un 15% y en último lugar con 2% cada uno, 1 estudiante, 1 jubilado y 1 persona que no contestó al reactivo.

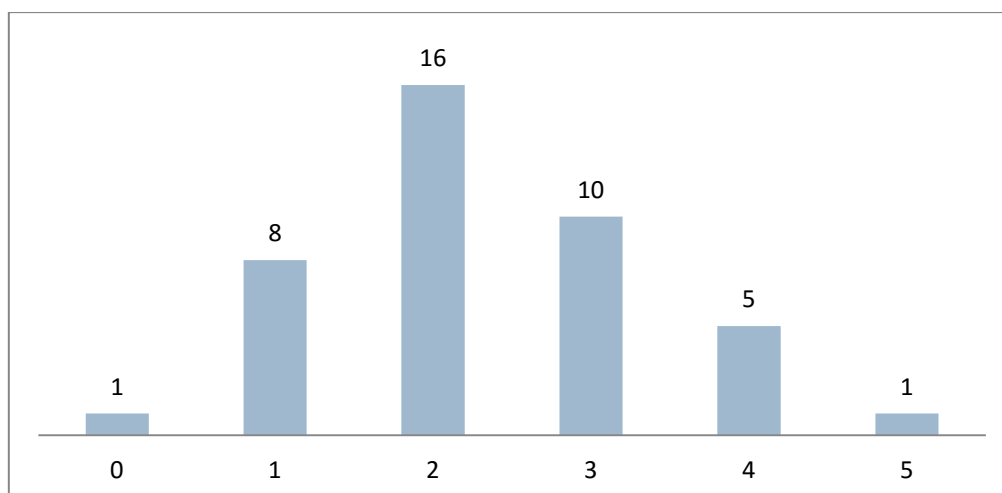
Gráfica 33. Nivel de estudios.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al nivel de estudios de los padres de familia el primer puesto se encuentran los que terminaron la preparatoria con un 40%; segundo puesto la secundaria con un 34%, tercer puesto la licenciatura con un 12% y en último lugar la primaria y otro tipo de estudios con un 7% y 3 registros cada uno. Cabe señalar que ninguna persona marcó las opciones de Maestría o Doctorado.

Gráfica 34. Número de hijos.

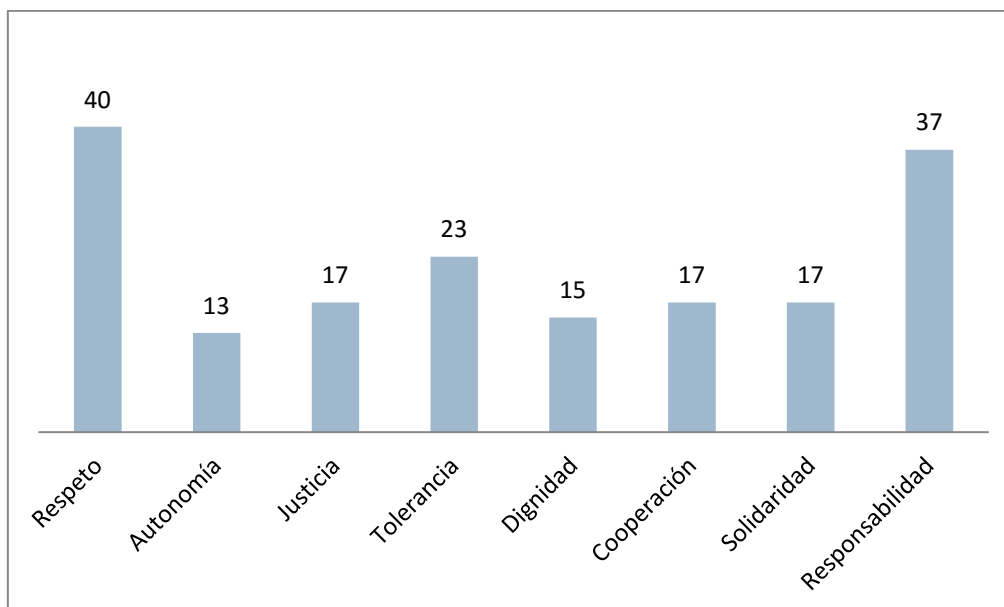


Fuente: Elaboración propia

En lo que atañe al número de hijos de cada encuestado, el 39% afirmó tener 2 hijos; 24% equivale a 3 hijos; 20% representa 1 hijo; 12% es igual a 4 hijos y en

el último puesto con 2% cada uno, 5 hijos y 0 hijos, siendo esta última una hermana.

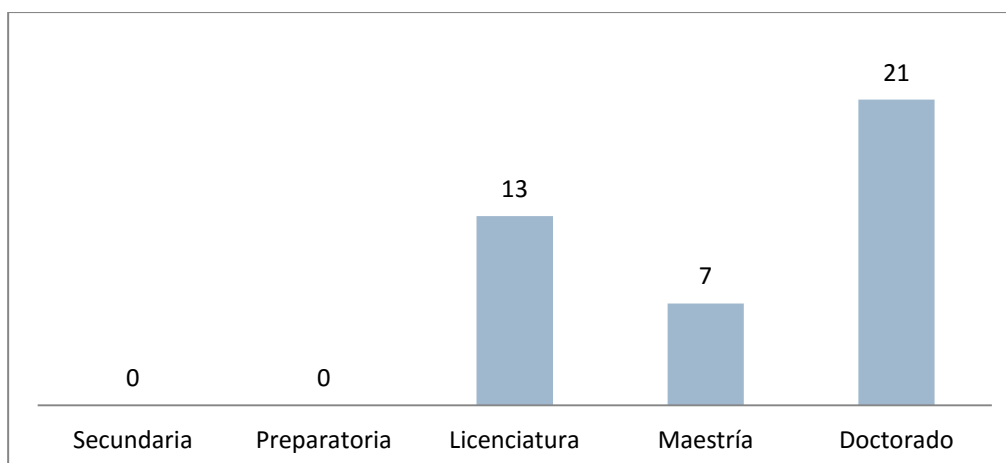
Gráfica 35. ¿Qué valores fomenta en casa?



Fuente: Elaboración propia

En lo concerniente a los valores que los padres enseñan en casa a sus hijos el 98% señaló que inculca el respeto; el 90% la responsabilidad; un 56% la tolerancia; con un 41% se hallan la justicia, la cooperación y la solidaridad; el 37% la dignidad y el 32% la autonomía.

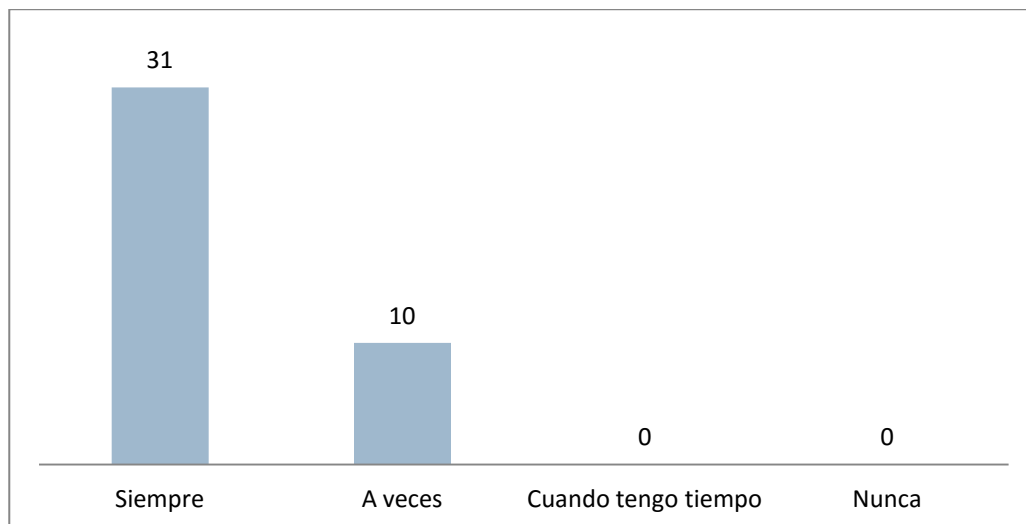
Gráfica 36. ¿Hasta qué nivel de estudios desea que obtenga su hijo(a)?



Fuente: Elaboración propia

Sobre el deseo que tienen los padres del nivel de estudios que les gustaría que sus hijos alcancen el 51% apuntó el doctorado; un 32% la licenciatura; el 17% la maestría y nadie se decidió por sólo la secundaria o preparatoria. La mayoría pretende que sus hijos lleguen al máximo nivel de estudios.

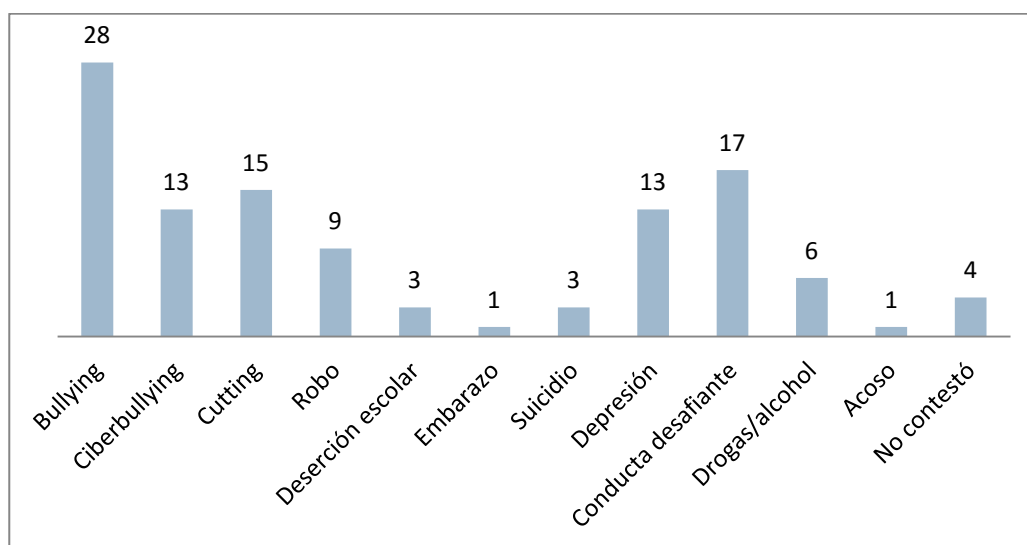
Gráfica 37. ¿Mantiene diálogo con su hijo(a) respecto a problemas escolares, personales, etc.?



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la comunicación que los padres mantienen con sus hijos el 76% respondió que siempre conversa con ellos y el 24% que sólo a veces lo realiza. Ninguna persona dijo que nunca lo hace o que únicamente cuando tienen tiempo de hacerlo. La mayoría cuestiona a sus hijos de su desempeño académico o de cuestiones personales que puedan estarles afectando en ese momento.

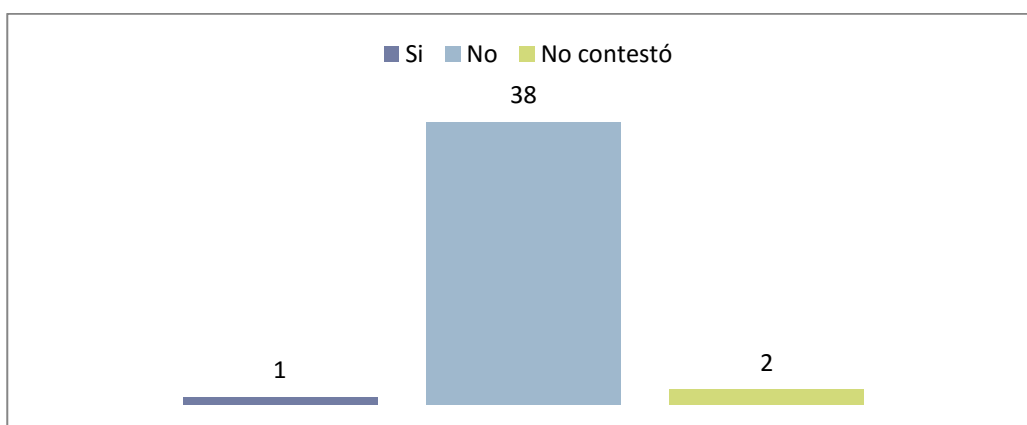
Gráfica 38. ¿Cuáles son los problemas de convivencia escolar de los que tiene conocimiento?



Fuente: Elaboración propia

Acerca de los problemas de convivencia escolar que conocen los padres ponen en primer lugar al bullying con un 68%; en segundo lugar la conducta desafiante con el 41%; tercer lugar el cutting con un 37%; en cuarto lugar empatados la depresión y el ciberbullying con 32%; en quinto lugar el robo con 22%; sexto lugar las drogas/alcohol con 15%; sexto lugar es el 10% que no contestaron a ningún reactivo; en séptimo lugar empatados la deserción escolar y el suicidio con 7% y en último lugar empatados el embarazo y acoso sexual al contar con 2%.

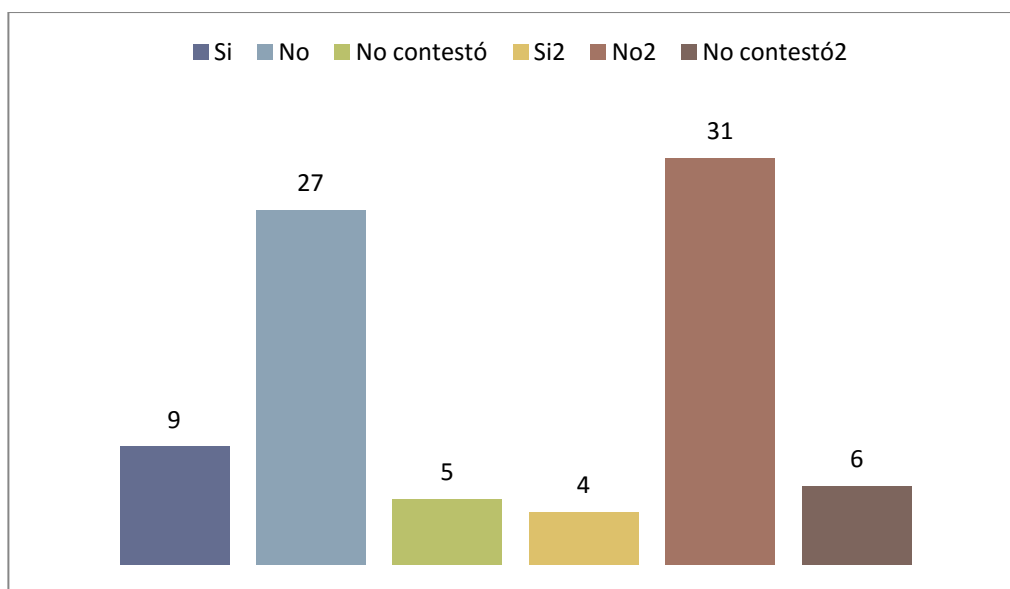
Gráfica 39. ¿Piensa usted que estos comportamientos son normales?



Fuente: Elaboración propia

En cuanto si consideran normales estos problemas de convivencia escolar el 93% respondió que no lo son, el 2% dijo que son normales y el 5% no contestó a la pregunta.

Gráfica 40. ¿Piensa usted que su hijo(a) sufre de alguno de los problemas de convivencia escolar?; ¿Piensa usted que su hijo(a) es quien propicia alguno de los problemas de convivencia escolar?

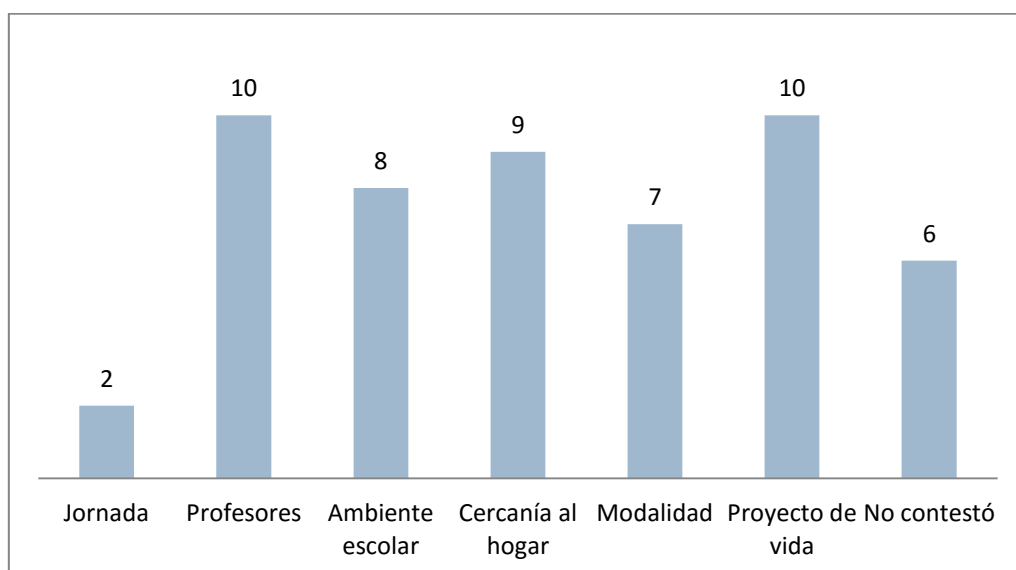


Fuente: Elaboración propia

En lo tocante a que si los padres piensan o sospechan que sus hijos son víctimas de algún problema de convivencia escolar (pregunta ocho), el 66% aseguró que no es así, entretanto que el 22% lo afirmó y el 12% no respondió al cuestionamiento.

Sobre si piensan que sus hijos son los que provocan alguna problemática (pregunta nueve), el 76% negó la posibilidad de ese caso, el 10% dijo que es posible que sea de esa manera y el 14% prefirió no contestar a la pregunta.

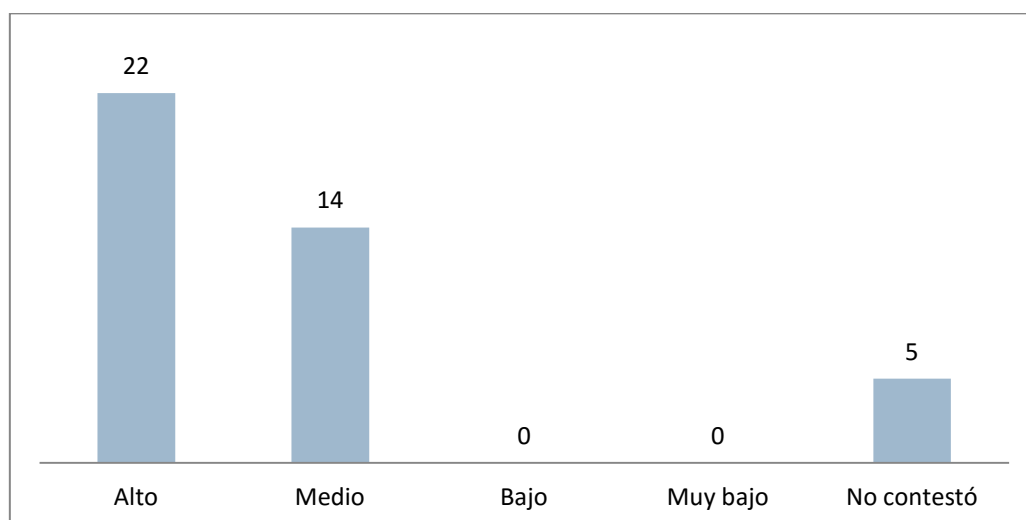
Gráfica 41. ¿Qué cosas lo motiva a tener a su hijo(a) en esta escuela secundaria?



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la razón por la cual inscribieron a sus hijos en dicha institución en primera instancia colocan a los profesores y por un proyecto de vida con un 24% cada uno; en segunda posición por la cercanía al hogar con un 22%; en tercera posición el ambiente escolar con el 20%; en cuarto lugar la modalidad con 17%; en la siguiente posición hay un 15% que no respondió y por último con 5% la jornada escolar.

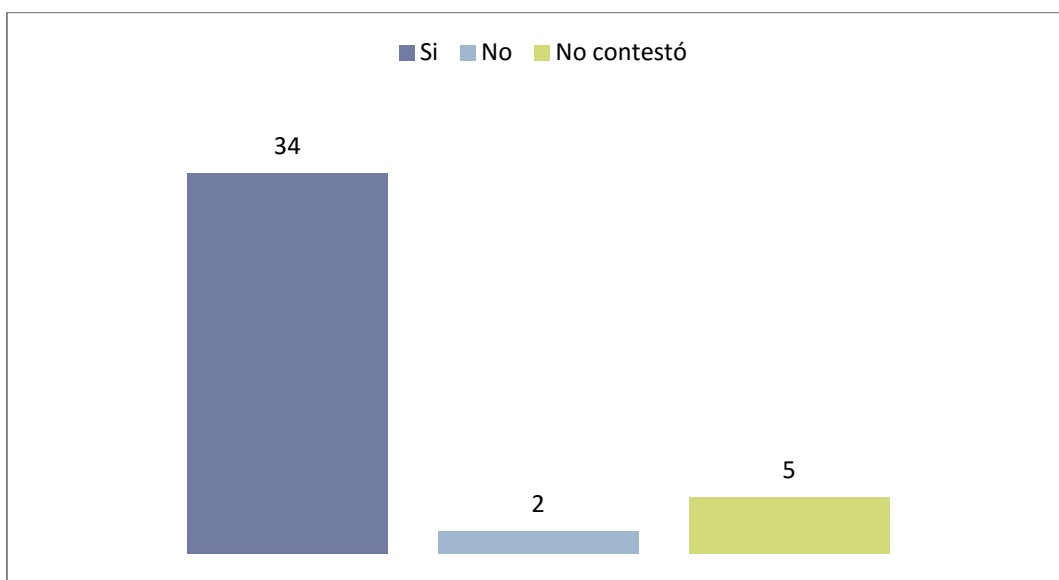
Gráfica 42. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene usted con respecto a la educación que le brinda la escuela a su hijo(a)?



Fuente: Elaboración propia

Otro punto es que tanto los padres están satisfechos con la educación que imparte dicha institución a sus hijos el 54% respondió que su nivel de agrado es alto, el 34% que es medio y el 12% no contestó. Es importante señalar que ninguna persona mencionó encontrarse en nivel bajo o muy bajo.

Gráfica 43. ¿Considera usted que la escuela deba contar con una organización donde los padres de familia puedan ser orientados sobre las mejores formas para educar a su hijo(a)?



Fuente: Elaboración propia

Por lo que se refiere a que si están de acuerdo que en la escuela permanezcan los psicoorientadores para que brinden ayuda con las formas de educar a sus hijos de una manera más óptima el 83% respondió que sí, el 5% que no y el 12% no contestó.

3.4. Estrategia creativa.

En la estrategia creativa se establecen los parámetros que ayudan a la construcción de los canales de comunicación que se implementan en la campaña de publicidad, sea social o comercial, por consiguiente, en ella se halla la manera más efectiva de transmitir el mensaje al público objetivo.

3.4.1. Concepto creativo.

“Cultivador de paz”. El objetivo principal de un psicoorientador es implementar un nuevo sistema de enseñanza – aprendizaje, donde los alumnos tengan las herramientas necesarias para resolver los problemas de convivencia escolar que viven en su día a día. Por consiguiente, se tendrá una mejor relación principalmente entre los alumnos, además de incluir a las otras figuras escolares (autoridades, administradores, profesores y padres de familia), con el fin de tener un ambiente pacífico.

3.4.2. Objetivo de comunicación.

Se va a realizar una campaña de promoción dirigida a las autoridades, profesores, padres de familia y alumnos pertenecientes a la Escuela Secundaria Diurna Número 86. La campaña llamada “Cultivador de paz” tiene como meta, promocionar el trabajo del psicoorientador, dedicado a atender los problemas de convivencia escolar.

3.4.3. Objetivo publicitario.

Se pretende que con la campaña de promoción los actores educativos de la Escuela Secundaria Diurna Número 86 conozcan el trabajo de un psicoorientador que consiste en el manejo de una metodología especializada en resolver problemas de convivencia escolar que encamina a un ambiente pacífico, así como en la integración de este nuevo actor como pieza fundamental de la educación, principalmente de los adolescentes por ser la etapa de la vida donde se da un desarrollo físico y mental importante y significativo.

3.4.4. Tono.

Amigable. El tono de la campaña de acuerdo al público objetivo será amigable con el propósito de que no sienta que es una imposición el integrar al psicoorientador a las tareas diarias de la institución.

3.4.5. Insight.

- “Un psicoorientador es parte del equipo de trabajo escolar”.

3.4.6. Copy.

Habrán un copy para cada uno de los elementos del público meta que se implementarán principalmente en los carteles, acompañado de un enunciado para consolidar el mensaje.

- Alumnos: “Un oído para el corazón”.
Frase: Exprésate sin miedo.
- Padres de familia: “Un consejo para encaminar”.
Frase: Una guía para educar.
- Profesores y autoridades: “Un colega más para la misión”.
Frase: Cooperación para la orientación.

3.4.7. Racional creativo.

- Se representará al psicoorientador como un personaje profesional y amigable que, realiza una acción de complicidad que ayuda a la orientación emocional y escolar, junto al alumno, padre de familia y el profesor o autoridad educativa. Cada público objetivo tendrá un copy, además de ir acompañado con un enunciado que refuerce el mensaje.

3.5. Estrategia de medios.

Al igual que la estrategia creativa, la estrategia de medios tiene un papel fundamental en la planeación de la campaña publicitaria. En ella se establecen los canales por los que el mensaje llegará al público meta. Se elige un canal o varios, ya sea BTL, ATL o TTL que se adapte a las características y al contexto en el que se desarrolla la audiencia; asimismo se elige la temporalidad, los formatos y el presupuesto más adecuados para que el mensaje impacte oportunamente.

3.5.1. Racional de medios.

- ✓ Redes sociales: se creará una cuenta de Facebook y otra de Twitter que podrán consultar los alumnos, padres de familia y profesores, serán operadas por un community manager por servicio social durante un semestre, al terminar la campaña las cuentas serán cedidas a la administración escolar. Las cuentas serán tituladas con el nombre de la escuela “Secundaria Diurna Número 86”, donde se publicarán datos estadísticos actualizados de los problemas de convivencia escolar en México con fotos o vídeos para ejemplificar de manera explícita los efectos de dichos conflictos y con ayuda del psicoorientador poner un ejemplo de una posible solución al conflicto presentado en la publicación.
- ✓ Foro de información: cuatro grupos distintos de licenciatura en psicología especializada en el área educativa expondrán temas de los diferentes problemas de convivencia escolar y explicarán cómo es que los psicoorientadores intervendrán en la solución de ellos. Al final habrá una ronda de preguntas y respuestas con el fin de resolver las dudas que surjan de la presentación. La sede del foro será el patio de la escuela por ser el espacio más grande con el que cuenta el lugar, además de contar con un techo; se colocarán mesas y sillas pertenecientes a los salones de clases.
- ✓ Carteles: los carteles serán elaborados por un diseñador profesional y se colocarán en el periódico mural y en redes sociales de la institución.

En el periódico mural se pondrán los tres carteles impresos para que estén a la vista e impacten a todos los que caminen por ese lugar.

En las redes sociales se postearán los carteles en la biografía y/o galería de fotos.

3.5.2. Plan de medios.

Medios TTL.

Redes sociales.

Facebook: para la campaña se harán 3 publicaciones diarias, lo que serán 15 posteos semanales y 60 por mes. Las publicaciones serán de un problema de convivencia escolar diferente cada día con su respectivo dato estadístico y dos ubicado en la caja de descripción. Primero se publicará una foto por la mañana (entre 9:00 am y 12:00 am), después un vídeo en la tarde (entre 2:00 pm y 5:00 pm) y al final la posible solución dada por el psicoorientador en la tarde – noche (entre las 7:00 pm y 9:00 pm).

Twitter: para garantizar el éxito en Twitter se lanzarán cuatro hashtag. #AmíMepasó, #YoVÍCuando, #EscuelaPacífica y #Psicoorientador; los dos primeros son para que los alumnos puedan compartir sus experiencias de convivencia escolar y los dos últimos son para que los alumnos, maestros y padres de familia puedan compartir de que manera les ha servido la ayuda del psicoorientador. Se realizarán tres tweets diarios con ayuda del psicoorientador que consistirán en dar consejos a los adolescentes y a los padres de familia para evitar ser víctimas o victimarios de tales circunstancias, lo que significa un total de quince tweets semanales y sesenta por mes.

Medios BTL.

Foro de información.

El foro se desarrollará todos los miércoles durante un mes, en un horario de las 9:00 hrs. a las 13:00 hrs. La invitación se extenderá a través de las redes

sociales. Se ofrecerá alguna bebida y un aperitivo contemplando que el cupo sea máximo de treinta personas.

Carteles.

Se imprimirán tres carteles para el periódico mural con la intención que permanezcan durante un semestre y se postearán en las redes sociales como parte de la imagen de las mismas.

3.5.3. Pauta de medios.

Medio	Plataforma	Detalles técnicos	Duración	Inserciones	Costo
TTL	Facebook	Mantenimiento y atención	Un semestre (seis meses)	Investigación y publicación de contenido diario	Sin costo por servicio social
TTL	Twitter	Mantenimiento y atención	Un semestre (seis meses)	Investigación y publicación de contenido diario	Sin costo por servicio social
BTL	Foro de información	Acomodar sillas y mesas e instalar mesa de refrigerio	Todos los miércoles durante un mes	Exposición clara y concisa de la información	Refrigerio \$1,468.00
BTL	Cartel	Pegar los carteles en el periódico mural	Un semestre (seis meses)	Sólo tres carteles en un lugar visible	Impresiones y diseñador gráfico \$300.00 \$1,200.00

3.5.4. Flow Chart.

TTL.

Plataforma	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Total
Facebook	60	60	60	60	60	60	360
Twitter	60	60	60	60	60	60	360

BTL.

Plataforma	Abril 2019
Foro de información	Miércoles 3 de abril
	Miércoles 10 de abril
	Miércoles 17 de abril
	Miércoles 24 de abril

Plataforma	Un semestre
Cartel	3 impresiones expuestas en el periódico mural

3.5.5. Presupuesto.

Inversión	
Concepto	Costo
Redes sociales	No aplica
Foro de información	<ul style="list-style-type: none"> 4 paquetes de agua embotellada = \$316.00 12 paquetes de hojaldras = \$1,152.00

Cartel	<ul style="list-style-type: none">• 3 carteles en papel fotografía mate 90x60 = \$300.00• Diseñador gráfico = \$1,200.00
	Total = \$2,968.00

3.6. Ejecuciones.

Ejecución dirigida a los alumnos.



Ejecución dirigida a los profesores.



Ejecución dirigida a los padres de familia.



CONCLUSIONES

El derecho de los adolescentes de obtener una educación de calidad es fundamental para el crecimiento de la sociedad, así como del país. No sólo es importante el ámbito académico, sino también se debe considerar el entorno en el que se desarrollan los adolescentes. Dicho entorno debe ser pacífico, donde se den en menor porcentaje los problemas de convivencia escolar, que al darse en una etapa difícil e importante de la vida, suelen ser más significativos y marcan o afectan de alguna manera el crecimiento emocional de los futuros adultos.

Por desgracia, México cuenta con los índices más altos en Latinoamérica de problemas de convivencia escolar debido a la nula capacidad de las autoridades educativas, de los profesores y padres de familia en el manejo de las emociones de los alumnos, aunado a que la educación es un sector que desde hace muchos años ha sido abandonado por el gobierno.

Por lo tanto, promocionar e integrar a la interacción de la escuela a un nuevo personaje que se ha estado germinando en las aulas de los psicólogos, especializado en ser un puente entre los actores educativos antes mencionados, que ayude a la buena comunicación, establezca confianza, y sobre todo sepa guiar las emociones de los adolescentes hacia aspectos positivos de la vida para lograr el objetivo de una escuela pacífica, es vital para la sociedad mexicana, así como para todas las sociedades del mundo.

Durante el proceso de investigación se descubrió que la percepción que existe entre las autoridades educativas, los profesores, los padres de familia y los alumnos es muy mala. Cada uno de ellos tiene una opinión pésima de cada uno. Unos les echan la culpa a los otros y viceversa. Además de que se halló que las autoridades y profesores sentían la presencia del psicoorientador como una amenaza, excepto los alumnos y los padres de familia, que lo percibieron como una válvula de escape para sus frustraciones y una guía para la resolución de sus problemas personales.

En el caso de la Escuela Secundaria Número 86, se encontró que el mayor problema no son los adolescentes, sino los adultos que los educan al hallarse en el egoísmo y al no saber y/o querer trabajar en equipo para un bien común.

Por ende, la campaña se estableció con un tono amigable, con el que nadie se sintiera atacado y que de alguna manera se aceptara esta nueva figura, que no llegó a invadir, sino a complementar la ayuda y las posibilidades de cultivar mejores seres humanos.

Finalmente, un comunicólogo tiene la capacidad de contribuir a la difusión para resolver distintos problemas sociales que encaminen a cambiar una realidad o alguna ideología que afecta al desarrollo o funcionamiento de la sociedad. Es por ello que tratar este tema fue de suma relevancia al ser muy poco hablado o transmitido, ya que casi nadie sabe que hay personas preparándose y luchando contra la burocracia educativa para que este proyecto obtenga sentido y confiabilidad ante la sociedad en general, además de cooperar para lograr un futuro estable de generaciones venideras.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADA, Ana; BONETO, Guillermo, *Un fenómeno social llamado publicidad*, Editorial Brujas, 2000. Pp. 158.

BALBI, Elisa; BOGGIANO, Elena; DOLCI, Michele; RINALDI, Giulia, *Adolescentes violentos*, Editorial Herder, Italia, 2012. Pp. 192.

BRIÑOL Turnes, Pablo, *Qué es persuasión*, Biblioteca Nueva, 2001. Pp. 272.

DE LA TORRE, Francisco Javier, *Ciencias de la comunicación I*, Editorial McGraw – Hill, 2008. Pp. 160.

DURAN, Alfonso, *Psicología de la publicidad y de la venta*, CEAC, 1989. Pp. 296.

GARCÍA, Carola, *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI*, 2007. Pp. 271.

KOTLER, Philip, *Mercadotecnia social: estrategias para cambiar el comportamiento público*, Editorial Diana, 1993. Pp. 484.

MACIA Mercade, Juan, *Comunicación persuasiva para la sociedad de la información*, Universitas, 2000. Pp. 410.

MARTÍN, Elena; SOLÉ, Isabel, *Orientación educativa. Modelos y estrategias de intervención*, Editorial GRAÓ, Barcelona, 2011. Pp. 201.

NAGHI, Mohammad, *Mercadotecnia social*, Editorial Limusa, 1985. Pp. 295.

O' GUINN, Thomas, *Publicidad y promoción integral de marca*, CENCAGE, Learning, 2013. Pp. 757.

ORTEGA Martínez, Enrique, *La comunicación publicitaria*, Ediciones Pirámide, 2004. Pp. 416.

RODRIGUEZ Vázquez, Arturo Guillemaud, *Diccionario de comunicación*, Ediciones La Biblioteca México, 2015. Pp. 470.

REYZABAL, María Victoria, *Didáctica de los discursos persuasivos: la publicidad y la propaganda*, Ediciones La Muralla, 2002. Pp. 272.

Cibergrafía:

“Las 7 p’s de la mercadotecnia digital”.

<https://www.merca20.com/las-7-ps-de-la-mercadotecnia-digital/>.

“Artículo 3 de la Constitución de 1917”.

<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/3.pdf>.

Secretaria de educación pública.

<https://www.gob.mx/sep/que-hacemos?tab> <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/secundaria-programas-de-estudio>

<https://www2.sepdf.gob.mx/convivencia/escuela/index.jsp>

Suprema Corte de Justicia de la Nación, Bullying Escolar. Su concepto. [TA]; 10a. Época; 1a. Sala; Gaceta S. J. F.; Libro 23, octubre de 2015; Tomo II, p. 1643, 1a. CCXCVII/2015 (10a.).

http://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Programas/Ninez_familia/Material/cuadri-contra-bullying.pdf

“México primer lugar mundial en acoso escolar, suman 28 millones”

<https://regeneracion.mx/mexico-primer-lugar-mundial-en-acoso-escolar-suman-28-millones/>

FRÍAS Ibáñez, Álvaro; VÁZQUEZ Costa, María; DEL REAL Peña, Ágata; SÁNCHEZ del Castillo, Carmen; GINÉ Servén, Eloi, *Conducta autolesiva en adolescentes: prevalencia, factores de riesgo y tratamiento*, MEDICINA PSICOSOMÁTICA Y PSIQUIATRÍA DE ENLACE, 2012, p. 4.

Fuente: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4393274.pdf>

Galicia, I., Sánchez, A. y Robles, F. Factores asociados a la depresión en adolescentes: Rendimiento escolar y dinámica familiar. *Anales de Psicología*. 25 (2): 227-240, 2009.

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16712958005>

Vargas, E. y Valadez, A. Calidad de la escuela, estatus económico y deserción escolar de los adolescentes mexicanos. *REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa*. 18 (1): 82-97, 2016.

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15543298006>

Jadue, G. FACTORES PSICOLOGICOS QUE PREDISPONEN AL BAJO RENDIMIENTO, AL FRACASO Y A LA DESERCIÓN ESCOLAR. *Estudios Pedagógicos*. (28): 193-204, 2002.

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173513847012>

Barón, O. ADOLESCENCIA Y SUICIDIO. *Psicología desde el Caribe*. (6): 48-69, 2000.

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21300605>

García, L., Correa, F., García, T. y Espinoza-Romo, A. EL EMBARAZO ADOLESCENTE DESDE UNA PERSPECTIVA CONTEMPORÁNEA. *Interamerican Journal of Psychology*. 51 (1): 111-121, 2017.

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28452860011>

García, G. Embarazo adolescente y pobreza, una relación compleja. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*. (77): 13-53, 2014.

Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39348246002>

“El consumo de drogas en México”.

<http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm>

JIMENEZ Ornelas, René Alejandro. La delincuencia juvenil: fenómeno de la sociedad actual. *Pap. poblac* [online]. 2005, vol.11, n.43, pp.215-261.

Fuente: <http://www.scielo.org.mx>.

BISQUERRA, Rafael, Marco conceptual de la orientación psicopedagógica, *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, 6, p. 2.

Fuente: <http://www.remo.ws/revistas/remo-6.pdf>.

“Programa de capacitación y modernización del comercio detallista. Investigación de mercados”.

<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>.

Referencias electrónicas:

<http://www.seconlife.toys/en/>.

<http://www.fundacioncinopolis.org/programa-del-amor-nace-la-vista.php>.

<https://www.coca-colamexico.com.mx/historias/conoce-el-proceso-de-reciclaje-en-azul>.

<https://grupobimbo.com/es/sustentabilidad/grupo-bimbo-sustentable/que-hacemos-en-sustentabilidad>

<https://www.gob.mx/paisano>

<http://www.rescateanimal.org.ec/educacion/>.

<https://www.gob.mx/inmujeres/articulos/no-mas-violencia-contras-las-mujeres?idiom=es>.

<http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/03/16/1152485>

<http://www.fundaciontelmextelcel.org/ayudame-a-llegar>.

<https://www.imagenradio.com.mx/rodrigo-pacheco/global-shapers-en-mexico-apoyan-damnificados-del-sismo>

<https://voluntariosmodelo.com.mx/MX-es/project-detail/2508>

<https://www.lee.com/denim-day.html>

<https://www.nestle.com.mx/csv/nutricion/reducir-el-contenido-de-ingredientes-que-pongan-en-riesgo-la-salud>.

<https://www.coca-colamexico.com.mx/fundacion-coca-cola>.

<https://www.gob.mx/salud>

<https://www.gob.mx/semarnat>

<http://www.antidrugs.org.il>

<https://www.hawkersmexico.com>

<http://www.thisgirlcan.co.uk>

<https://sites.google.com/site/lecturacomision86/home/1-2-secundaria-86-semblanza-historica>.

<https://www.google.com.mx/maps/place/Escuela+Secundaria+86+Republica+d+e+Venezuela>.

<https://www.adsoftheworld.com/media/digital/volkswagen>

<http://www.usalo.cdmx.gob.mx>

<https://www.gob.mx/ciberbullying>

Otras fuentes de consulta:

TESIS, Universidad Nacional Autónoma de México, *Propuesta de campaña social de posicionamiento para AINDAC*, CAMPOS Santiago, Denisse, 2011. Pp. 101.

TESIS, Universidad Popular del Estado de Puebla, *Un estudio de caso sobre la mejora de la convivencia escolar a partir de la intervención estratégica en una escuela secundaria del D.F.*, BENGUA González, Juana, 2010. Pp. 390.

BENGUA González, Juana, *Protocolo de investigación acción para la mejora de la convivencia escolar a nivel secundaria. Perspectiva sistémico-estratégica en la intervención orientador*, FES Zaragoza, 2016. Pp. 16.

Bengoa Monroy Carla Ivett, Entrevista a Juana Bengoa González, Doctora en psicoorientación, septiembre 2018.

Aplicación de encuestas en la Escuela Secundaria Diurna Número 86, julio 2018.

SALAMANCA, Eder, apuntes de clase, "Campañas de publicidad social", FCPYS, 2016.