



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD “JOSÉ ANTONIO PÁEZ”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA MERCADEO**

**CAMPAÑA INSTITUCIONAL
DIRIGIDA AL CONSEJO DE
PROTECCIÓN DE NIÑOS, NIÑAS Y
ADOLESCENTES, UBICADO EN EL
MUNICIPIO SAN DIEGO, ESTADO
CARABOBO, PARA LA PREVENCIÓN
DE LA PORNOGRAFÍA INFANTIL.**

Autor(es): Katherine López C.I. 16.502.627

Moisés Hernández C.I. 18.858.437

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (máster) – Fax: (0241) 8712394



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD “JOSÉ ANTONIO PÁEZ”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA MERCADEO**

Campaña Institucional dirigida al Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo, para la prevención de la Pornografía Infantil.

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado
Mención Mercado

Autor(es): Katherine López C.I. 16.502.627

Moisés Hernández C.I. 18.858.437

Tutor Lcda. Ivonne Medina

San Diego, Septiembre 2016

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Ivonne Medina, portadora de la cédula de identidad N° 15.541.360, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por los ciudadanos, Katherine López, portadora de la cédula de identidad N° 16.502.627, y Moisés Hernández, portador de la cedula de identidad N° 18.858.437, titulado “Campaña Institucional dirigida al Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo, para la prevención de la Pornografía Infantil”, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Mercadeo, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los 08 días del mes de Agosto del año dos mil dieciséis.

Ivonne Medina

C.I. N° 15.541.360

INDICE GENERAL

CONTENIDO		pp.
PORTADA.....		i
ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....		iii
RESUMEN INFORMATIVO.....		xii
INTRODUCCIÓN.....		1
CAPÍTULO		
I	EL PROBLEMA	
	1.1. Planteamiento del problema	3
	1.2. Formulación del Problema	8
	1.3. Objetivos de la Investigación	9
	1.4. Justificación de la Investigación	9
II	MARCO TEÓRICO	
	2.1. Antecedentes.....	11
	2.2. Bases teóricas.....	14
	2.3. Definición de términos.....	18
III	MARCO METODOLÓGICO	
	3.1. Tipo de la Investigación.....	19
	3.2. Diseño de la Investigación.....	20
	3.3. Fases Metodológicas.....	21
IV	ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.....	25
V	LA PROPUESTA	

5.1. Presentación de la Propuesta.....	40
5.2. Objetivos de la Propuesta.....	42
5.2.1 Objetivo General.....	42
5.2.2 Objetivos Específicos.....	42
5.3. Beneficios de la Propuesta.....	42
5.4. Justificación de la Propuesta.....	42
5.5. Estructura de la Propuesta.....	43
5.6. Factibilidad.....	44
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1. Conclusiones.....	45
6.2. Recomendaciones.....	46
REFERENCIAS	
7.1 Fuentes Electrónicas.....	47
7.2 Fuentes Bibliográficas.....	47
ANEXOS.....	49



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD “JOSÉ ANTONIO PÁEZ”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA MERCADEO**

**CAMPAÑA INSTITUCIONAL DIRIGIDA AL CONSEJO DE PROTECCIÓN
DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES, UBICADO EN EL MUNICIPIO SAN
DIEGO, ESTADO CARABOBO, PARA LA PREVENCIÓN DE LA
PORNOGRAFÍA INFANTIL.**

Trabajo de Grado

Autor(es): Katherine López
Moisés Hernández

Tutor: Lcda. Ivonne Medina

Fecha: Septiembre 2016

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo proponer una Campaña Institucional dirigida al Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo, para la prevención de la Pornografía Infantil. El tipo de investigación es explicativa y de estudio explicativo, buscando identificar las causas raíces que permiten la proliferación y crecimiento de la P.I para proponer una campaña institucional contra la Pornografía Infantil en el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo y hallar la relación que existe entre tales causas con los efectos, para lo cual se considera la opinión de un universo de estudio de personas mayores de dieciocho años escogida al azar, a través de una encuesta con un cuestionario de preguntas cerradas, y el tamaño de la población es de 123 personas. Gracias a estos, se ha podido recabar toda la información que conduce a los resultados que permiten cumplir con el objetivo principal de este estudio y culminarlo, de manera satisfactoria. Además se recabó información la cual ayuda a dar con la raíz de la P.I. buscando dar una pronta solución a esta problemática.

Descripción: Campaña Institucional, Pornografía Infantil.

INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de una Campaña Institucional, se refiere a aquella que busca alcanzar un objetivo a través de la persuasión, tratando de hacer tomar conciencia a la sociedad acerca de un tema, ya sea en pro o en contra del mismo. En el transcurrir del tiempo, muchas instituciones han realizado este tipo de campañas persiguiendo un bien para la sociedad, para las futuras generaciones.

Las campañas sirven para concientizar, para influir en el comportamiento de las personas y/o ser un medio de atraer atención y generar apoyo público. La concientización pública siempre es un elemento importante, ya sea que se procure el cambio de comportamiento individual o los cambios normativos (o ambos).

Por esto es importante mencionar que el objetivo de la investigación es el de proponer una Campaña Institucional en contra de la Pornografía Infantil en el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo. El desarrollo de la investigación está constituido por los siguientes capítulos:

Capítulo I. Se plantea el problema donde se refleja la situación que se presenta como consecuencia de la P.I. y la implementación de una Campaña Institucional en contra de esto, el objetivo general y los objetivos específicos, por otra parte la justificación de la investigación.

Capítulo II. Se realizó una revisión bibliográfica de los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, conceptos, términos básicos.

Capítulo III. Describe la metodología usada, tipo, diseño y nivel de la investigación, la población y muestra, recolección y procesamiento de datos que define la técnica de recolección de datos a utilizar.

Capítulo IV. Se muestran los recursos utilizados en la investigación: Humanos, Institucionales y Materiales, así como el recurso del tiempo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

A lo largo de la historia, conforme evolucionaban las sociedades, iban creando sus propias instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensas, comerciales, religiosas políticas, culturales entre otras. Estas instituciones tenían un lugar en la sociedad y proponían ideas, modos de gobernar y valores. Con el pasar del tiempo ha variado el modo de difundir ideas en pro de un objetivo propuesto. El término “institución”, etimológicamente, comparte raíz con **instrucción**, instructor, **institutor** e instituto. De ahí la creación de las campañas. Una campaña se define como: “*una iniciativa organizada para ejercer presión pública sobre instituciones y personas a fin de influir en sus acciones*”. (Lamp, 1.997) *The Good Campaigns Guide (La Guía de Buenas Campañas)*.

En otro orden de ideas, el origen etimológico de campaña procede del latín *campanea* que, a su vez, deriva de **campus** (“**campo**”). El término nació para hacer referencia al **campo llano y abierto** que no presenta montes ni asperezas. Una campaña también es el conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo. Las campañas pueden desarrollarse desde la sociedad civil (a través de organizaciones no gubernamentales, asociaciones de ciudadanos, etc.) o a través de partidos políticos. Por ejemplo: “*El cantante impulsa una campaña contra las corridas de toros en el territorio español*”, “*Nueva campaña contra el*

tabaco promueve una vida más sana”, “Estoy juntando firmas para una campaña a favor de la donación de órganos”.

Las campañas sirven para concientizar, para influir en el comportamiento de las personas y/o ser un medio de atraer atención y generar apoyo público. La concientización pública siempre es un elemento importante, ya sea que se procure el cambio de comportamiento individual o los cambios normativos (o ambos).

En este orden de ideas, se tiene como ejemplo, la Campaña Institucional de Cáritas 2012 – 2013: **“Vive sencillamente para que otros, sencillamente, puedan vivir”**. Nos invita a tomar **conciencia y compromiso** con la realidad y con el tiempo histórico que nos toca vivir. Cáritas es una institución española que invita a reflexionar sobre la relación con el trabajo, con lo que significa y con lo que se espera de él. También sobre el modelo de convivencia y la importancia de tejer redes con otros. Propone un estilo de vida más austero y consciente de las opciones y de su efecto sobre los demás, en especial, las personas más vulnerable de la sociedad.

Ahora bien, los medios de comunicación, garantizan al empresario el conocimiento masivo del producto, a la vez que brinda al usuario o cliente potencial, la tranquilidad sobre el origen y la confiabilidad del producto, bien o servicio; revistiéndolo de una sin igual importancia por la calidad del medio que lo publicita. Los medios de comunicación, en especial los audiovisuales como la televisión, el cine y el Internet, son de mayor relevancia por cuanto estimulan los sentidos auditivos y visuales del cliente potencial, logrando el impacto propuesto por el publicista o mercadólogo.

En relación al tema de la publicidad en los medios de comunicación, ha de definirse cada uno de ellos, para que el usuario tenga mayor claridad sobre cuál es el papel que juegan en la publicidad del producto bien o servicio.

De igual manera, los medios en una campaña institucional tienen gran valoración, ya que, a través de estos la misma se da a conocer profundamente y llega a rincones inexplorados, acercándose a cada persona y ayudando a crear coincidencia sobre el tema planteado.

Por otra parte, la campaña “Gracias a Ti”: la Campaña Institucional de Pfizer Venezuela. *“Un aspecto que destacamos en esta campaña es el programa Comunidad más Saludable, con el que llegamos a más de 11 mil personas de 30 comunidades necesitadas”*. Para la conceptualización de esta iniciativa, Pfizer se inspiró en su gente. “La historia que se cuenta mueve emociones. Refuerza el sentido de pertenencia y nuestra pasión por cambiar la vida de millones de pacientes. Para quienes laboran en esta gran empresa nuestro objetivo es trabajar todos juntos por y para los venezolanos”.

En este contexto, se puede mencionar la campaña institucional en contra de la pornografía infantil, ya que, la pornografía infantil es totalmente ilegal, implicando la violación del derecho del menor. No solamente quienes promueven y facilitan esta práctica están cometiendo un delito, sino también quienes la consumen. Ciertos explotadores no dudan en fotografiar, filmar o grabar escenas de sexo que involucran a menores de edad, las cuales se venden después para obtener ganancias comerciales.

No cabe duda de que internet supone una vía privilegiada para la distribución de la pornografía infantil. El receptor de este tipo de imágenes ya no tiene que acudir a ambientes marginales para conseguir, algunas fotos de menores determinados, con riesgo cierto de ser descubierto. El acceso a la red le permite, desde su casa, su lugar

de trabajo o incluso desde ordenadores instalados en establecimientos públicos asomarse, con muy escaso esfuerzo, a la producción mundial de este tipo de material. Incluso, si es constante y no cesa en su busca, podrá localizar espacios (webs, chats, foros), donde otros sujetos, con su mismo objetivo, estarán dispuestos a intercambiar con él toda la producción que hayan encontrado, sin contraprestación económica alguna. En definitiva los conceptos “traficante” y “consumidor” se difuminan y entremezclan, de tal manera que los consumidores pasan a ser los principales difusores de pornografía en la red. Internet plantea, en este ámbito, problemas de muy diverso orden. En primer lugar se constata que los centros de producción de pornografía infantil se van desplazando de forma inexorable hacia lugares donde expresamente no aparecen tipificadas estas conductas (en ocasiones se encuadran en tipos más amplios con penas simbólicas), donde se protege únicamente a personas de edad muy inferior a los 18 años o donde resulta ineficaz la persecución de estos delitos.

En este contexto, El Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) considera que dicho problema constituye uno de los negocios más rentables en el mundo, colocándose en tercer lugar después del comercio de armas y el tráfico de drogas. Por ello, estima que 150 millones de niñas y 73 millones de niños menores de 18 años han sido forzados a tener relaciones sexuales o han sido víctimas de otras formas de violencia y explotación sexual.

Este tipo de situaciones dejan secuelas físicas y psicológicas en los niños y adolescentes, quienes en algunos casos pueden llegar a ser discriminados y marginados por la sociedad.

Ahora bien, en el caso específico de Venezuela, la pornografía infantil se engrandece a medida que avanza el tiempo. El estudio “Descarga de Material Pornográfico Infantil online en Uruguay, 2011-2012”, el cual fue publicado por la

Universidad Católica de dicho país, reveló que Venezuela es el segundo país donde se descargan más contenidos sexuales que involucra la presencia de niños, niñas y adolescentes.

Según la investigación realizada en 10 países de América Latina, en Venezuela la tasa de descargas con material que contiene palabras claves identificadas con pornografía infantil es de 0,89 personas por cada 20.000 usuarios. Entre las causas que favorecen la tendencia al consumo de ese tipo de material están la expansión de las computadoras personales, así como la evolución de la estructura que permite compartir contenidos multimedia.

Es por esto que, en toda Venezuela se crearon los Consejos de Protección del Niño, Niña y del Adolescente, aunque no tienen naturaleza asistencial, por ya que, no se responsabilizan directamente de la atención (cuidado, orientación, apoyo psicológico, atención médica o educación) de los niños, niñas y adolescentes, ya que no cuentan con herramientas efectivas como las Campañas Institucionales, las cuales permiten tener una visión más acertada de cómo solventar o minimizar cualquier problemática.

De igual manera, se vive esta situación en el estado Carabobo, donde la pornografía infantil está presente en colegios, liceos e instituciones que prestan servicio a niños, niñas y adolescentes, tales como clases de deportes, clases particulares estudiantiles y guarderías.

Así mismo, en el Municipio San Diego se tiene prevista una Campaña institucional en pro de los Derechos Humanos; se llevará a cabo en la sede de la cámara municipal de San Diego, quienes ofrecerán una perspectiva más directa sobre la realidad y garantías de los derechos humanos en el país. Esta campaña es un paso más hacia la concientización de las personas en cuanto al porvenir de la sociedad, las

buenas costumbres y valores, de esta manera se podrá prevenir futuros casos de Pornografía Infantil, aportando en la educación del niño, niña y adolescente, proveyéndolos de la información adecuada sobre este tema el cual es de gran importancia y preocupación para la sociedad.

Sin embargo, la prevención en contra de la pornografía infantil no se encuentra de manera constante en el municipio San Diego, ya que el tema es un tabú en medio de las sociedad; los casos que son dirigidos al Consejo De Protección De Niños, Niñas Y Adolescentes son tratados de manera privada y reservada, sin salir a la luz pública, los cuales no hacen meya en el tema. Siendo una problemática social, los medios son esenciales a la hora de conocer información y de prevenir a todos los ciudadanos, presentando maneras en la cuales podríamos evitar estas situaciones y saber actuar ante cualquier caso de evidente pornografía infantil.

Ejemplos como esta campaña, nos muestra que los medios deben ser los principales canales para promover valores a los más pequeños, el cual es el objetivo principal de cualquier medio, influenciando de manera positiva en la sociedad.

1.1.1 Formulación del problema

De esta manera surge la siguiente interrogante, ¿Cuáles son los medios más indicados para implementar una campaña institucional para la prevención de la Pornografía Infantil en el Municipio San Diego, Estado Carabobo?

1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo general

- Proponer una campaña institucional para la prevención de la Pornografía Infantil en el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo.

1.2.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual con respecto a los medios de la Pornografía Infantil en el Municipio San Diego Estado Carabobo.
- Identificar los medios más indicados para llevar a cabo la campaña institucional para la prevención de la pornografía infantil en el Municipio San Diego.
- Diseñar una Campaña Institucional para la prevención de la pornografía infantil en el Municipio San Diego.

1.3 Justificación de la Investigación

En medio de la problemática planteada, se muestra la investigación de manera explícita, dando a conocer el gran impacto que la pornografía infantil presenta en la sociedad; principalmente en niños, niñas y adolescentes; es por ello que se requiere diseñar una Campaña Institucional para la prevención de la pornografía infantil en el Municipio San Diego, para concientizar a la sociedad en cuanto al tema, mostrándoles todo lo referente. Haciéndoles ver que este cáncer social se engrandece en gran escala y en cortos periodos de tiempo en medio de cada uno.

Además, se busca ser portadores en la institución, de una problemática que afecta a toda la sociedad, haciéndoles entender que la pornografía infantil requiere gran

atención por parte de los entes competentes, brindando apoyo social, asesoría, atención médica y atención psicológica a los niños, niñas y adolescentes. De modo idéntico, la investigación brindará a distintos investigadores, una herramienta más en cualquier trabajo o estudio que realicen, desarrollando de manera efectiva algún aporte en la presente problemática.

Por último, brindará en los autores, gran satisfacción en desarrollar y aportar en pro del cuidado de la niñez, una campaña institucional donde las personas puedan ser informadas de los efectos que la pornografía infantil; mostrando bondad y contemplaciones a cada niño que ha sido afectado por esta situación, o previniendo a cada uno, con el fin de que no sean alcanzados por esta grave problemática.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Plua, M (2013). Desarrolló en la Universidad de Guayaquil, Ecuador un estudio llamado, **Campaña de Responsabilidad Social para dar a conocer la Importancia del Reciclaje Sector Sur Isla Trinitaria, Cooperativa Polo Sur, Guayaquil-Ecuador**. El objetivo principal de esta campaña es que sea de interés social para las personas que forman parte del proyecto, es decir, todos los habitantes del sector que se involucren en la misma para despertar la curiosidad y que exista interacción e incentivo en niños y jóvenes del lugar a que reciclen, ya que ellos son el futuro de la sociedad, que desde pequeños aprendan a valorar las cosas que la mayoría de las personas dicen que no sirven, darle otro uso, reutilizarlo, reciclar.

El aporte que nos presenta esta investigación es de gran ayuda, ya que nos habla de un tema por medio del cual se trata de hacer tomar conciencia a la ciudadanía respecto a una situación de interés y aprendizaje para todos, tanto niños, niñas y adolescentes, como también a los adultos. Nos enseña que por medio de una campaña si se puede lograr la concientización de las personas en referencia a un tema que nos beneficia a todos.

Delgado, S y Franca, O. (2014). Desarrollaron en la Universidad Católica de Uruguay, un estudio investigativo llamado, **Flujo De Material Pornográfico Infantil Online. Estudio Exploratorio En 10 Países De América Latina Con Foco**

En Uruguay. Los resultados de este estudio exploratorio sugieren que la mayor descarga de material pornográfico online en 2011 se concentró en los meses estivales.

Comparado con este período, se verifica un aumento del volumen de archivos del 57% en los meses analizados de 2012 (de enero a agosto inclusive). La pornografía infantil es un fenómeno de larga data. Ciertamente, en Internet ha encontrado un medio de lucro y propagación exponencial. Por ello, la infraestructura que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación (TICS) están facilitando el flujo de material pedófilo a escala global, destacándose como factor de estímulo el marco de relativo anonimato en que se desarrollan.

Se puede observar que según los resultados del estudio, la pornografía infantil se expande en los meses de verano, siendo impulsado por las diferentes tecnologías que hoy en día se ven, como son las diferentes vías de comunicación, que a medida que avanza, se mantienen cada vez más, un perfil personal de confidencialidad, siendo esto, un obstáculo para los entes competentes en la búsqueda de personas que mantienen este negocio sexual.

Pereira, P (2012). Realizó un trabajo investigativo en la Universidad José Antonio Páez llamado, **Campaña de Marketing Social para Promover la Gestión de la UNICEF a fin de Potenciar un Cambio en el Comportamiento de la Sociedad Venezolana.** El propósito de esta investigación es hacer conocer el objetivo de UNICEF Venezuela, el cual es llamar la atención de los gobiernos, autoridades, sector privado y público en general, para conseguir cada vez mas aliados a la causa de la niñez y adolescencia, a nivel global, regional y nacional. Esta investigación se centró en proponer una campaña de marketing social para promover la gestión de la UNICEF a fin de potenciar un cambio en el comportamiento de la sociedad venezolana.

El estudio reseñado, estuvo relacionado con el presente, dado que su objetivo se centró en el desarrollo de una campaña de sensibilización para de esta forma y con la

ayuda de las personas dar un cambio en el comportamiento de la sociedad acerca de un interés en común.

Barrios, I y Pereira, D (2010), desarrollaron en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) un trabajo investigativo llamado, **Diseño de una Estrategia Comunicacional para Concienciar a los Estudiantes sobre las Personas con Discapacidad**. En el siglo xx el abordaje del tema relacionado a la discapacidad ha sido marginado por tradición. En la actualidad, la Universidad Católica Andrés Bello está realizando cambios a nivel de infraestructura que ayuden a las personas con discapacidad a ingresar a las distintas áreas del campus universitario. Ante esta situación se planteó la realización de una campaña que invite a los estudiantes sin discapacidad a socializar con los alumnos que si la tengan, de igual forma que hacen con sus otros compañeros de clase, y a su vez, le brinden la ayuda necesaria a los alumnos con discapacidad.

La Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) muestra un ejemplo de una campaña institucional, que con unión de las distintas autoridades universitarias, se colocó en funcionamiento. Podemos observar que una campaña institucional en contra de la pornografía infantil, sería de gran utilidad, ya que haría concientizar a muchas personas, incluyendo la comunidad, los estudiantes, y cada uno.

José R. Agustina, (2010). Desarrollo un artículo en la Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología de la Universitat Internacional de Catalunya, denominado, **¿Menores Infractores o Víctimas de Pornografía Infantil? Respuestas legales e hipótesis criminológicas ante el Sexting**. Desde una perspectiva jurídico-penal, el objeto de protección cuando se reacciona ante el Sexting sería doble: 1) evitar la producción de pornografía infantil por cauces que no son los habituales y en los que la iniciativa y la limitada libertad de los menores no se ve afectada por la intervención de adultos; (2 proteger la deficiente autodeterminación sexual de los menores. A este respecto, conviene señalar que en la inmensa mayoría

de países no se reconoce a todas las personas el derecho a decidir mantener relaciones sexuales o, en un sentido más amplio, a verse inmiscuido en contextos de naturaleza sexual. Es decir, se les niega la libertad sexual a los menores a partir de cierta edad (en España, por ejemplo, por debajo de los 13 años), por razones vinculadas con su desarrollo y bienestar y, por ese motivo, el bien jurídico protegido en tales casos se denomina indemnidad sexual.

Mediante este artículo podemos ver que el sexo explícito y la reproducción de imágenes pornográficas en medios de comunicación electrónicos, van en aumento a medida que pasan los años; incorporándose la pornografía infantil en ello, produciendo una llama expansiva, que a tales libertades, no podría controlarse en unos años.

2.2. Bases Teóricas

La Campaña

Mientras tanto, podemos definir a una “campaña” como el **conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo**. Las campañas pueden desarrollarse desde la sociedad civil (a través de organizaciones no gubernamentales, asociaciones de ciudadanos, etc.)

Es decir, una campaña es una **iniciativa organizada para ejercer presión pública sobre instituciones y personas a fin de influir en sus acciones** (Lamb, 1997. *The Good Campaigns Guide*).

En este aspecto, la campaña es el mejor medio para ejercer presión en cuanto a la prevención en contra de la pornografía infantil se refiere, llevando un mensaje claro a

las personas, informándoles de la problemática y las maneras en que estas podrían prevenir alguna consecuencia mayor.

Tipos de Campaña

En general, pueden distinguirse dos tipos de campaña: 1) las campañas que tienen por objeto lograr el cambio institucional o normativo, es decir en favor de leyes, políticas e instituciones y 2) las campañas que procuran lograr el cambio del comportamiento individual y las normas y actitudes sociales (Coffman, 2003. *Lessons in Evaluating Communications Campaigns*).

Con respecto a las campañas institucionales, tienen como finalidad la concientización, influyendo en el comportamiento de las personas y/o ser un medio de atraer atención y generar apoyo público. La concientización pública siempre es un elemento importante, ya sea que se procure el cambio de comportamiento individual o los cambios normativos (o ambos).

Medios

Así mismo, la campaña se desempeña a través de los medios masivos, los cuales se suelen clasificar en función del canal o canales que emplean para crear y difundir sus contenidos.

Los medios de comunicación no sólo reside en el hecho de que sean una herramienta más que útil para una de las necesidades más primarias del ser humano, la interacción social, sino que además han jugado un papel imprescindible en la formación de la Opinión Pública (el Cuarto Poder), llegando incluso a ser fundamentales para la creación o hundimiento de algunos gobiernos. Aquí podemos decir y retomar la idea de responsabilidad de los medios en la formación de esa

opinión pública, la importancia del no ocultamiento de datos precisos y certeros, en la veracidad de las publicaciones y, especialmente, en la generación de reacciones populares sobre hechos determinados. En este sentido, como ejemplo gráfico, podemos recordar la influencia de los medios de comunicación desplegada por Hitler como táctica para manipular a la sociedad alemana para que apoyara su ideología.

Los medios se determinan por la utilización de unos códigos y unas condiciones de decodificación que los publicitarios deben tener en cuenta. Así nos encontramos con:

- **Medios gráficos:** prensa diaria, revistas y dominicales
- **Medios auditivos:** radio.
- **Medios audiovisuales:** televisión y cine.
- **Medio exterior.**
- **Medio on line:** internet.

Por otra parte, cada medio y cada soporte masivos ofrecen al anunciante una serie de alternativas de espacio/ tiempo a las que llamamos formas publicitarias. El criterio fundamental que las diferencia es el de dimensión/ duración. Éstas son las principales:

- **Prensa y revistas:** anuncio, encarte, solapa, troquelado, corpóreo, muestras, anuncio por palabras, comunicado...
- **Radio:** cuña, espacio patrocinado y microprograma.
- **Televisión:** spot, publirreportaje, patrocinio televisivo, sobreimpresión.
- **Cine:** película.
- **Exterior:** vallas, marquesinas, medios de transporte, mobiliario urbano, cabinas...
- **Internet:** banner, e-mail, website, intersticial, ciberspot, ventana emergente.

Las formas publicitarias representan maneras concretas de expresar el mensaje creativo. En este sentido la creatividad debe adaptarse no sólo a las condiciones de espacio/ tiempo contratadas, sino a las características que ofrece cada forma.

Además, la campaña publicitaria se plantea con una estructura, la cual es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos. Un plan de campaña resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. El plan de campaña se presenta al cliente como una presentación de negocios formal.

En efecto, la primera sección de la mayor parte de los planes de campaña es un análisis de la situación que resume toda la información relevante disponible acerca del producto, la compañía, el entorno competitivo, la industria y los consumidores. Conocida en ocasiones como una revisión de negocios, esta información se obtiene con el uso de técnicas de investigación primaria y secundaria.

En este mismo orden y dirección, la campaña institucional para la prevención de la pornografía infantil, se vería vinculada a la prostitución infantil, la cual es la utilización de niños en actividades sexuales con el objeto de obtener alguna compensación, económica o de otro tipo, de la que o bien pueden ser ellos mismos los beneficiados, o bien terceras personas.

2.3. Definición de Términos Básicos

Campaña: es el conjunto de actividades o de esfuerzos que se realizan durante cierto tiempo y están encaminados a conseguir un fin.

Campaña Institucional: La comunicación institucional o publicidad institucional es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde se realiza su actividad.

Conciencia: Conocimiento que el ser humano tiene de su propia existencia, de sus estados y de sus actos.

Influencia: Poder de una persona o cosa para determinar o alterar la forma de pensar o de actuar de alguien.

Medio de comunicación: el instrumento o forma de contenido por el cual se lleva a cabo el proceso de la comunicación.

Marketing social: es la aplicación de las técnicas de la mercadotecnia comercial para el análisis, planteamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad.

Plan de Medios: Un Plan de Medios es una parte del Plan de Publicidad (desarrollado en base a objetivos de Marketing) que tiene como fin la exposición cuantificable y medible del alcance, frecuencia y presupuesto de una Campaña Publicitaria, delimitado a cierto periodo de tiempo.

Prevención: La prevención, por la tanto, es la disposición que se hace de forma anticipada para minimizar un riesgo. El objetivo de prevenir es lograr que un perjuicio eventual no se concrete.

Sociedad: Conjunto de personas que se relacionan entre sí, de acuerdo a unas determinadas reglas de organización jurídicas y consuetudinarias, y que comparten una misma cultura o civilización en un espacio o un tiempo determinados.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Cuando se habla de un marco metodológico, se hace referencia al procedimiento que debe seguir el investigador para aproximarse de la mejor manera posible a la realidad de aquello que es objeto de estudio. Es por ello que el plano metodológico podría fácilmente ser considerado la médula de una investigación ya que comprende los procedimientos y actividades que debe seguir el investigador para dar respuesta a los objetivos planteados en su estudio.

En este capítulo se proporcionan aspectos técnicos y metodológicos con el propósito de obtener una visión global, lo más cercana posible a la realidad del tema de estudio.

3.1. Tipo, nivel y diseño de Investigación

Tipo de Investigación

Según Arias (2006), la investigación explicativa “se encarga de buscar el por qué de los hechos mediante las relaciones causa-efecto”. (p.26). De acuerdo a lo anterior, el proyecto se enfoca hacia la investigación explicativa, buscando las causas y los efectos que pueda tener la pornografía infantil.

Niveles de Investigación

El presente proyecto de investigación establece un nivel explicativo, en donde se expone en si lo que es una campaña institucional y lo que se busca alcanzar a través de ella, intentando también dar cuenta de un aspecto de la realidad en la que tristemente vivimos desde hace ya tiempo y no le damos la importancia que se merece como lo es la Pornografía Infantil, identificando la relación causa-efecto.

Diseño de Investigación

En esta investigación se utilizó un diseño **no experimental** dado a que el propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, el investigador no influye en ninguna manera sobre los hechos, ni manipula la información existente. Además es un método **longitudinal**, ya que se recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos especificados, para hacer inferencias respecto al cambio (si lo hay), sus determinantes y consecuencias, observando circunstancias reales, que tuvieron su ocurrencia en el pasado, fundamentada en información tomada por medio de fuentes bibliográficas y/o electrónicas.

Este tipo de investigación, de acuerdo a su diseño, también es definido por Arias Fidias (2006) como Ex post facto o post facto. El mencionado autor lo describe así: *“Estos diseños buscan establecer las causas que produjeron un hecho, lógicamente, después que han ocurrido. Por lo tanto, no existe manipulación de la causa o variable independiente.”*

3.2- Fases Metodológicas

3.2.1 Fase I: Diagnostico de la situación actual con respecto a los medios de la Pornografía Infantil en el Municipio San Diego Estado Carabobo.

En esta fase se permitirá integrar los sucesos que hacen posible la validez de este estudio, dentro de un plano observador y analítico del investigador; con lo que se podrá, determinar una sintomatología real del caso estudiado. En consecuencia, fue necesario definir las técnicas de recolección de datos utilizadas para obtener la realidad de la situación. Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. Según Sabino, C. (2012):

“Un instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento sintetiza en si toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto a las variables o conceptos utilizados” (p. 149).

Este sistema se realizará mediante la selección de las fuentes de información que posean la credibilidad suficiente para establecer valores reales de la situación actual.

Thompson (2006) define

Esta encuesta que se realizó para el presente estudio a través de la aplicación del instrumento del cuestionario, la misma se aplicó en la fase I con el fin de diagnosticar la situación con respecto a los medios de la pornografía infantil. El cuestionario contó de preguntas de escala, dicotómicas y de selección múltiple, enmarcadas en un total de 13 preguntas aplicadas en el Municipio San Diego Estado Carabobo.

Una vez obtenida y recopilada la información, tanto la proveniente de revisión documental como la que se obtendrán a través de la aplicación de la encuesta, se abocará de inmediato a su procesamiento, de manera que la información pudiese ser presentada de la forma más lógica e inteligible.

Ahora bien, “La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio.” (Arias, Fideas. 2006).

Con respecto a esto, también concuerda Hernández y otros (1998) al definir la población o universo como... “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.”

En tal sentido, el universo para el estudio lo constituye toda la comunidad del Municipio San Diego, que se encuentra constituida por 117.514 habitantes.

Para la muestra, se considera lo planteado por Palella y Martins (2006), quienes expresaron que “Una vez conocidos los valores de la población, se determina el tamaño de la muestra mediante diversos criterios estadísticos. Uno de ellos es el denominado fórmula de “n” (tamaño de la muestra)” (p.118). De tal manera que,

tomando la referencia antes citada, para poblaciones finitas, se realiza el cálculo de la muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N = población

e = error de estimación. (Se considera 0.09)

$$n = \frac{117.514}{0.09 \times 0.09 (117.514 - 1) + 1} = 123$$

De tal manera que, con el soporte teórico de Palella y Martins (2006), la muestra queda representada por ciento veintitrés (123) personas, que es una parte representativa de la población objetivo, correspondiente a los habitantes del Municipio San Diego, los cuales son padres o representantes que acuden al parque Metropolitano de 5:00pm a 7:00pm, a los cuales se les presentará el cuestionario para su observación.

3.2.2 Fase II: Identificación de los medios más indicados para llevar a cabo la campaña institucional para la prevención de la pornografía infantil en el Municipio San Diego.

En esta segunda fase se busca conocer de forma detallada cuáles serán los medios más adecuados para desempeñar la campaña institucional para la prevención de la pornografía infantil en el Municipio San Diego, todo ello se logrará a través de la aplicación de una matriz de observación estructurada que proporcione la información concreta para el desarrollo de la propuesta que se realizará en la tercera fase. Es decir, a través de esta aplicación, se busca determinar cuáles son los medios más adecuados para poder llevar a cabo la campaña institucional en el Municipio San Diego, Estado

Carabobo, y así, motivar a muchas personas a tomar medidas preventivas en contra de esta situación.

Esto a través de la observación directa según lo planteado por Álvarez y Jurgenson (2005), se define como “El acto de notar un fenómeno, a menudo con instrumentos y registrándolo con fines científicos” (p.99). Y según Adler (1998), quien señala que:

La observación consiste en obtener impresiones del mundo circulante por medio de todas las facultades humanas relevantes. Esto suele requerir contacto directo con el (los) sujetos (s), aunque puede realizarse observación remota registrando a los sujetos en fotografía, grabaciones sonoras o video grabación y estudiándola posteriormente (p.153)

3.2.3 Fase III: Diseño una Campaña Institucional para la prevención de la pornografía infantil en el Municipio San Diego.

La fase III constituye el diseño de la propuesta, la cual está basada en los resultados de la fase I y II, y se estructura de la siguiente manera:

- Propuesta
- Objetivos
- Justificación
- Estructura
- Factibilidad.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

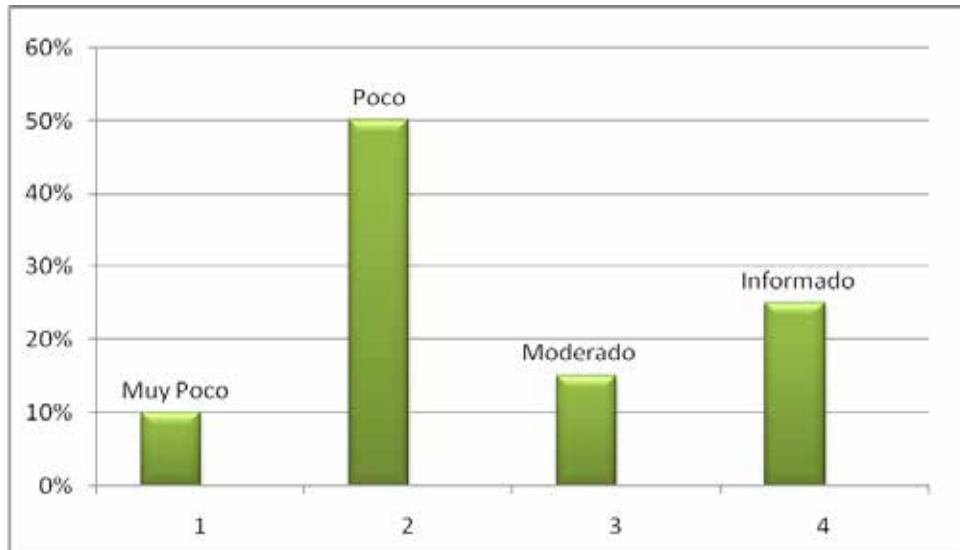
En el siguiente capítulo, se presenta el análisis e interpretación de los resultados, con la intención de responder a los objetivos específicos, a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. En esta etapa de la investigación, se pudo delimitar los resultados de las conclusiones objetivas acerca de la situación actual referente a la Pornografía Infantil y del conocimiento de la misma en el municipio San Diego, conforme a la implementación de la campaña institucional. Con referencia a lo antes dicho, se distinguen a continuación los resultados relacionados a la primera fase de la investigación.

Se procedió a la aplicación de una encuesta a través de un cuestionario de trece (13) preguntas, distribuidas de forma dicotómicas y de escalas, las cuales, fueron aplicadas a la muestra de estudio, con la finalidad de obtener resultados más exactos y pertinentes posibles para la investigación.

Fase I: Diagnóstico de la situación actual con respecto a los medios de la Pornografía Infantil en el Municipio San Diego Estado Carabobo.

Ítem 1: ¿Cómo calificaría su conocimiento del tema de la pornografía infantil?

Gráfico N°1: Conocimiento del Tema

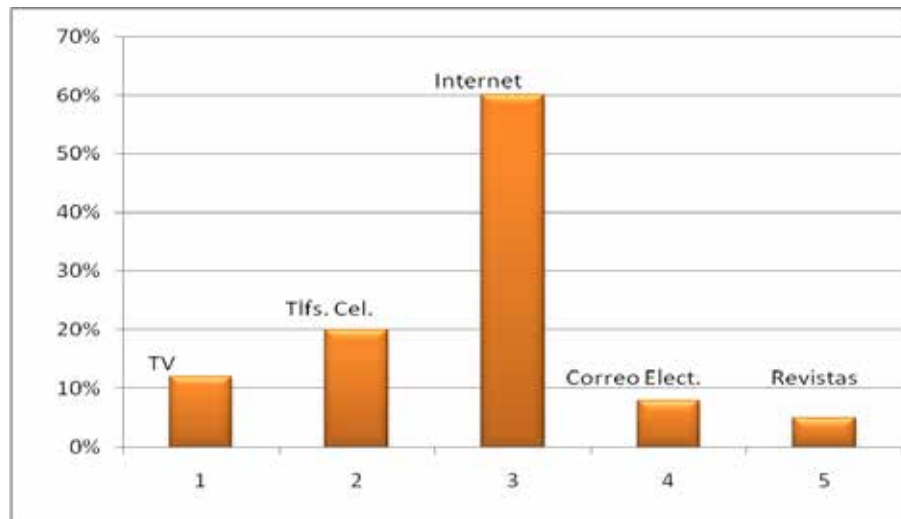


Fuente: López y Hernández (2016)

El 50% de los encuestados afirma que tienen poco conocimiento acerca del tema de la Pornografía Infantil como tal, mientras que un 25% alega que está informado con respecto al tema, un 15% dice que su conocimiento referente a la pornografía infantil es moderado, y finalmente el 10% de las personas encuestadas comenta que realmente la información sobre este tema es muy poco. Como bien se sabe la P.I. es un problema actual que invade a nuestra sociedad mundial y cada vez aumenta más su porcentaje de peligrosidad para los niños, niñas y adolescentes, por ello es necesario que de ser posible, la totalidad de los ciudadanos tengan total conocimiento acerca de este tema.

Ítem 2: ¿Cuáles cree usted que son los medios más comunes por donde se trafica la pornografía infantil?

Gráfico N°2. Medios por donde se Trafica la Pornografía Infantil.

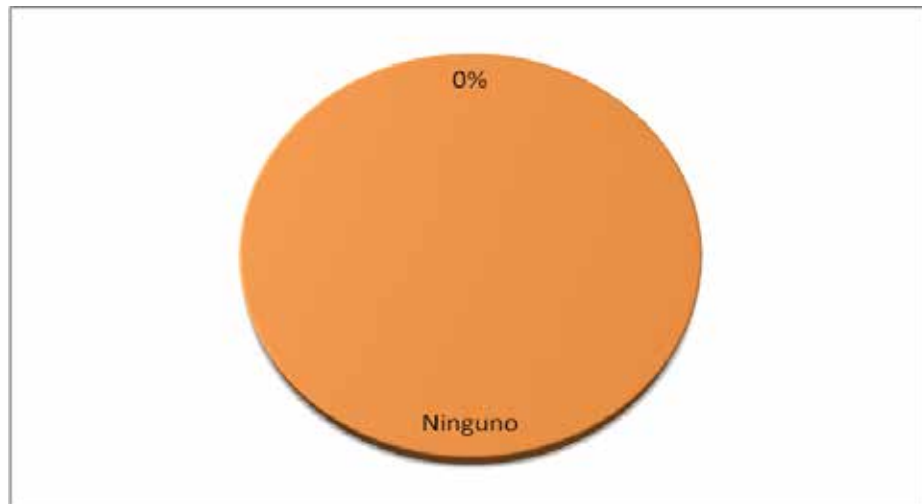


Fuente: López y Hernández (2016)

En la gráfica se puede notar que el 60% de los encuestados afirma que el medio más común por el cual se trafica con la pornografía infantil es por Internet, seguido de un 20% quienes dicen que los teléfonos celulares son los que más se usan para el tráfico de la pornografía infantil, el 12% de las personas encuestadas cree que la tv es el medio mediante el cual se trafica con la pornografía infantil, mientras que tan solo el 8% opina que es el correo electrónico y un 5% las revistas. En los últimos años La población general ha tenido un mayor acceso a la pornografía infantil debido al crecimiento de Internet. Internet ha permitido detectar perseguir a productores y distribuidores de contenidos ilegales que durante décadas habían operado impunemente pero también ha facilitado enormemente el acceso a este tipo de pornografía.

Ítem 3: ¿Conoce de algún caso dentro del municipio San Diego, Edo. Carabobo donde se haya involucrado la pornografía infantil?

Gráfico N° 3. Conocimiento de casos de P.I. en el Municipio San Diego.

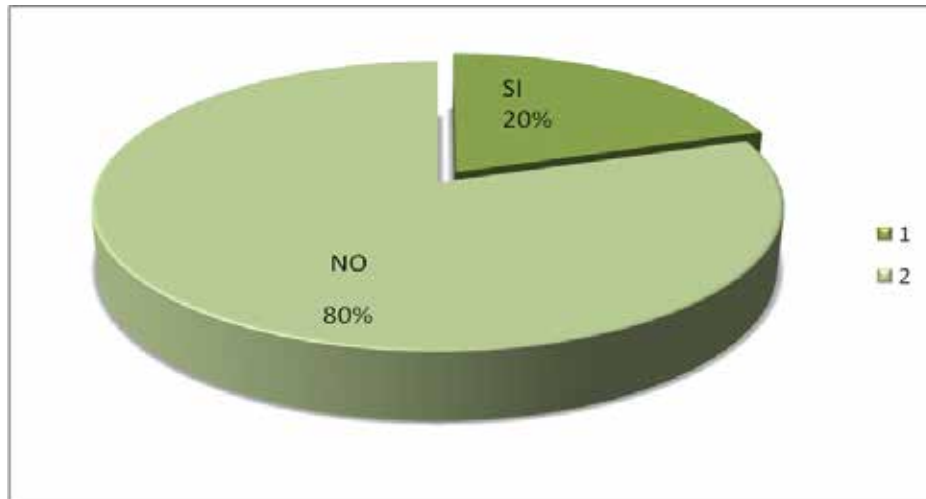


Fuente: López y Hernández (2016)

Se puede notar claramente en la gráfica que según las personas encuestadas, ningún caso de pornografía infantil, se conoce en el municipio San Diego Estado Carabobo. Hasta el año 2013 hubo reportajes que mostraban un aumento de un 64% del índice de Pornografía Infantil en Venezuela. En Caracas, se reportaron desapariciones de menores de edad a las afueras de los colegios, los cuales eran secuestrados con el fin de venderlos, violarlos y/o prostituirlos. Se decomisaron más de 4000 videos de pornografía de estudiantes y niños que fueron grabados con teléfonos móviles.

Ítem 4: ¿Cree usted que hay controles en los centros de internet en el Municipio San Diego con respecto al uso de material pornográfico infantil?

Gráfico N°4. Control en los centros de internet del Mcpio. San Diego.

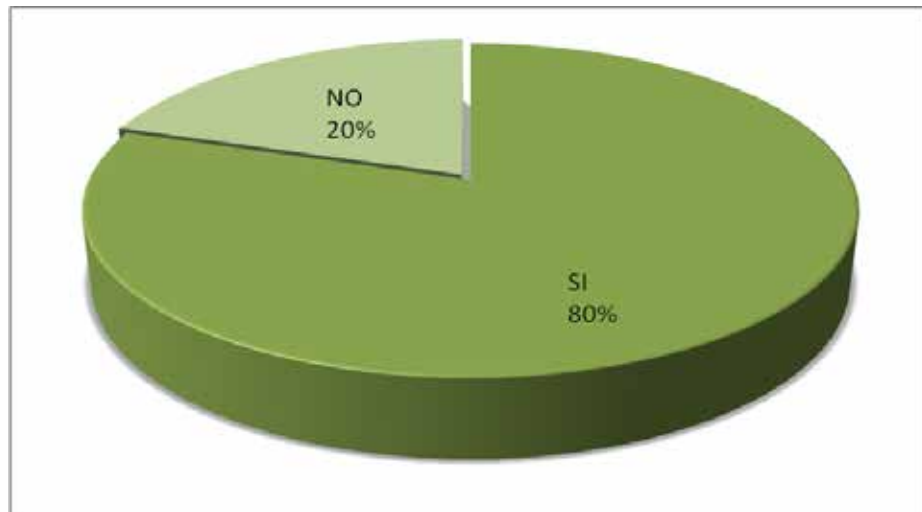


Fuente: López y Hernández (2016)

El 80% de los encuestados considera que no hay ningún tipo de control en los centros de internet en el Municipio San Diego con respecto al uso de material pornográfico infantil, mientras que tan sólo el 20% dice que si lo hay. Debido a que el Internet se ha convertido en el primer distribuidor de videos y fotos de pornografía infantil, es de suma importancia tener un control, con respecto a la distribución de este tipo material pornográfico, y lastimosamente la mayoría de los centros de Internet no cuentan con programas que supervisen y controlen el contenido de las páginas de navegación.

Ítem 5: ¿Conoce de algún ente gubernamental legal que sea de protección y justicia en los casos de pornografía infantil?

Gráfico N°5. Conocimiento de entes gubernamentales legales de protección.

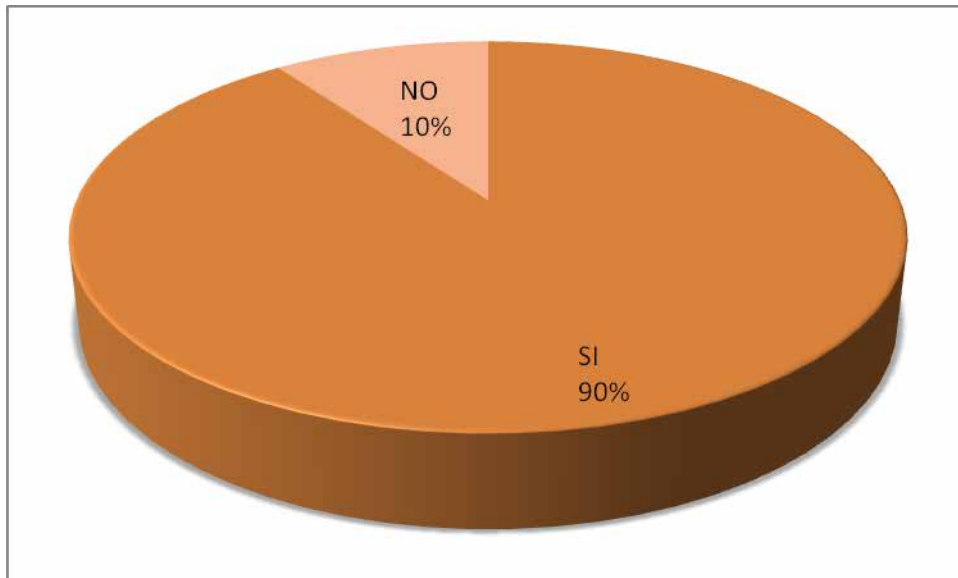


Fuente: López y Hernández (2016)

Un 80% de la población afirma tener conocimiento de entes gubernamentales que son de protección y justicia en los casos de Pornografía Infantil, seguido de un 20% que desconocen la existencia de los mismos. Dado que la pornografía infantil es un tema de mucho auge, se ha conocido que la divulgación o propagación de esta ha estado siendo investigado por la Fiscalía, la Defensoría del Pueblo y el Consejo del Niño, Niña y Adolescente, ya que cada vez más va en aumento los casos derivados a esta problemática.

Ítem 6: ¿Ha hecho usted alguna acción contra la pornografía infantil?

Gráfico N°6. Acciones contra la Pornografía Infantil.

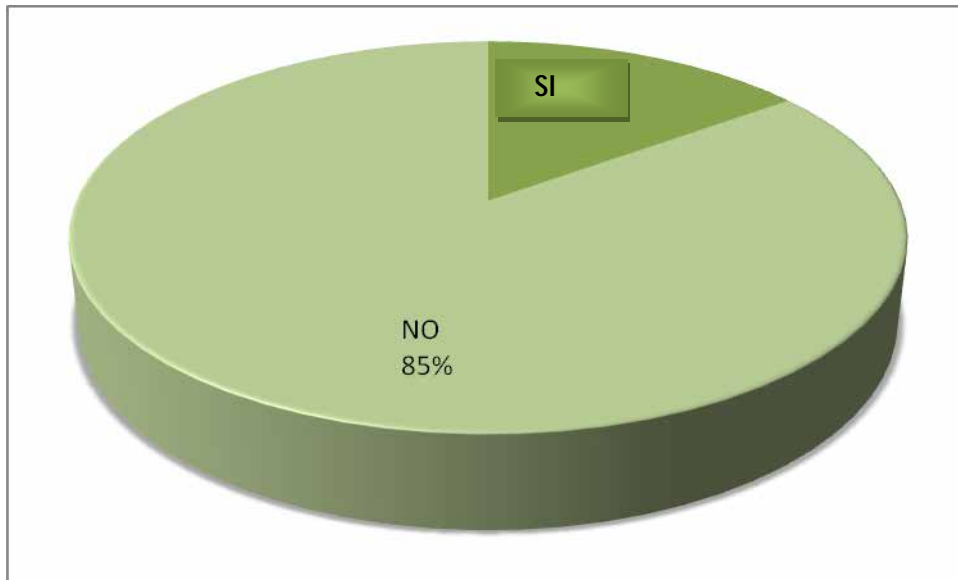


Fuente: López y Hernández (2016)

Claramente se puede observar que la mayoría, es decir el 90% de los encuestados indicó que de alguna manera si ha realizado acciones contra la Pornografía Infantil, pero un 10% dice que no han hecho nada en contra de este tema. En un tema de tanta relevancia como lo es la Pornografía Infantil, se debe estar al tanto de los contenidos a los que están expuestos los niños. Es aconsejable que los padres se mantengan cerca de sus hijos, sobre todo cuando están utilizando Internet, y tomar en cuenta las medidas necesarias para protegerlos de los contenidos peligrosos. También es imperativo alertarlos con respecto a malas personas, como pedòfilos, etc., para prevenir futuros casos que los afectarán física, moral y psicológicamente.

Ítem 7: ¿Sabía usted que existe un Consejo Municipal de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes que velan por el cumplimiento de lo establecido en la LOPNA?

Gráfico N°7. Conocimiento de existencia del Consejo Municipal de Derechos de los Niños.

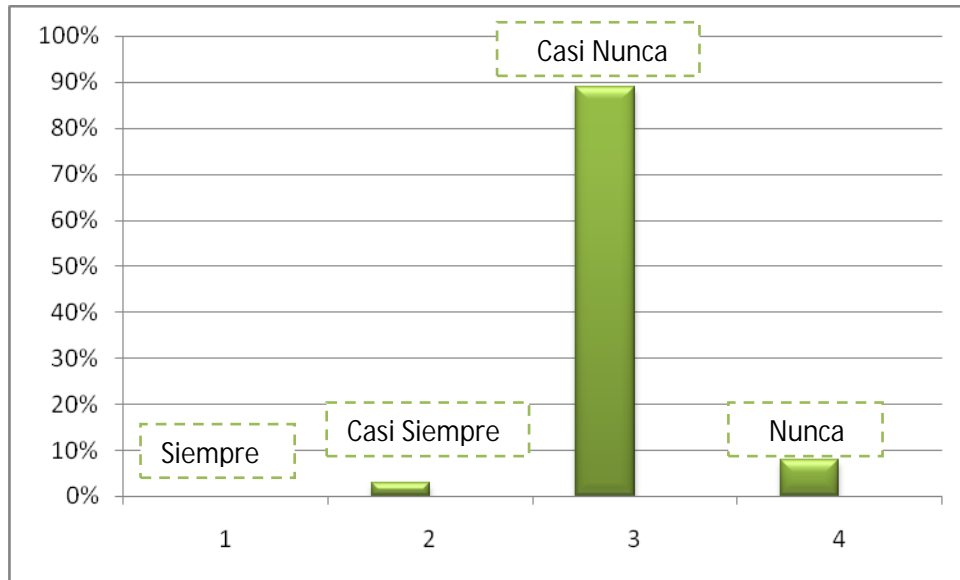


Fuente: López y Hernández (2016)

Se observa que de los encuestados, solo el 85% sabe que existe un Consejo Municipal de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes que velan por el cumplimiento de lo establecido en la LOPNA, mientras que el 15% no tiene conocimiento de la existencia de este Consejo. El Consejo Municipal de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes del Municipio San Diego es un órgano administrativo que se encarga de velar los derechos difusos y colectivos de los niños, niñas y adolescentes, protegiéndolos de las acciones u omisiones del estado, la sociedad, los padres, representantes o hasta de su propia conducta. Es por ello que es primordial que los ciudadanos tengan conocimiento de este ente, ya que es un apoyo para prevenir o solucionar casos de P.I.

Ítem 8: ¿Cuántas veces ha sido informado preventivamente sobre la pornografía infantil?

Gráfico N°8. Ocasiones en que se le ha informado sobre la P.I.

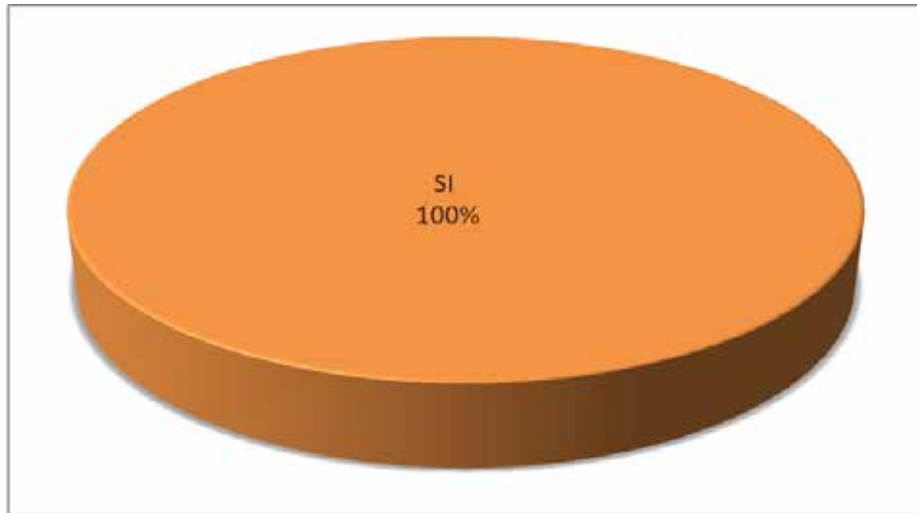


Fuente: López y Hernández (2016)

En este gráfico se puede observar que el 89% de los encuestados afirma que casi nunca ha sido informado previamente acerca de del tema de la Pornografía Infantil, el 8% dice que nunca han sido informados sobre esta problemática, y por último un 3% asegura que casi siempre son informados acerca de la pornografía infantil. Como bien se sabe, la Pornografía Infantil es un problema actual que invade a nuestra sociedad mundial y cada vez aumenta más su porcentaje de peligrosidad para los niños, niñas y adolescentes, por esta razón se debe tener un conocimiento general acerca de este tema para de esta forma evitar posibles casos de este tipo de pornografía.

Ítem 9: ¿Considera usted que es importante realizar una campaña institucional en el Municipio San Diego sobre pornografía infantil?

Gráfico N°9. Importancia de realizar una Campaña Institucional sobre la P.I. en el Mcpio.

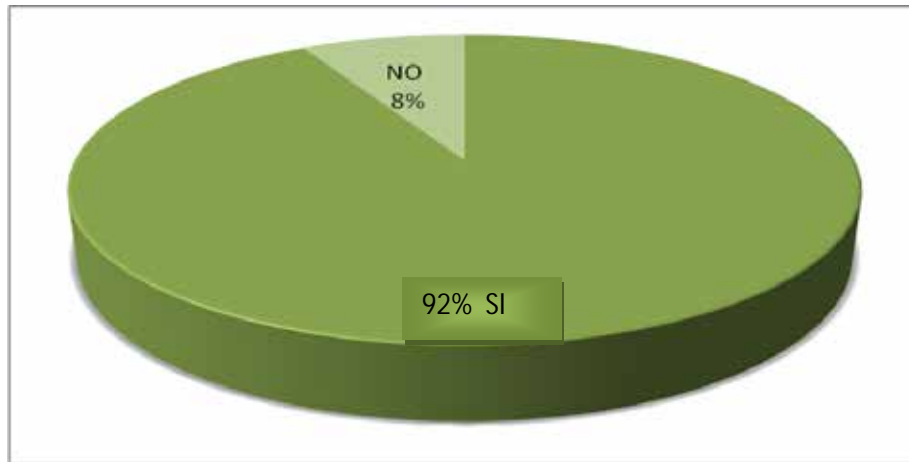


Fuente: López y Hernández (2016)

La totalidad de las personas encuestadas considera de gran importancia realizar una campaña institucional en el Municipio San Diego sobre pornografía infantil, ya que es de gran ayuda para la oportuna prevención de la misma. Coffman (2003), define la Campaña Institucional como una forma de influir en el comportamiento de las personas y/o ser un medio de atraer atención y generar apoyo público. La concienciación pública siempre es un elemento importante, ya sea que se procure el cambio de comportamiento individual o los cambios normativos (o ambos).

Ítem 10: ¿Considera que los medios de comunicación social son de gran influencia para la difusión de información sobre la pornografía infantil?

Gráfico N°10. Medios de comunicación social como difusores de la P.I.

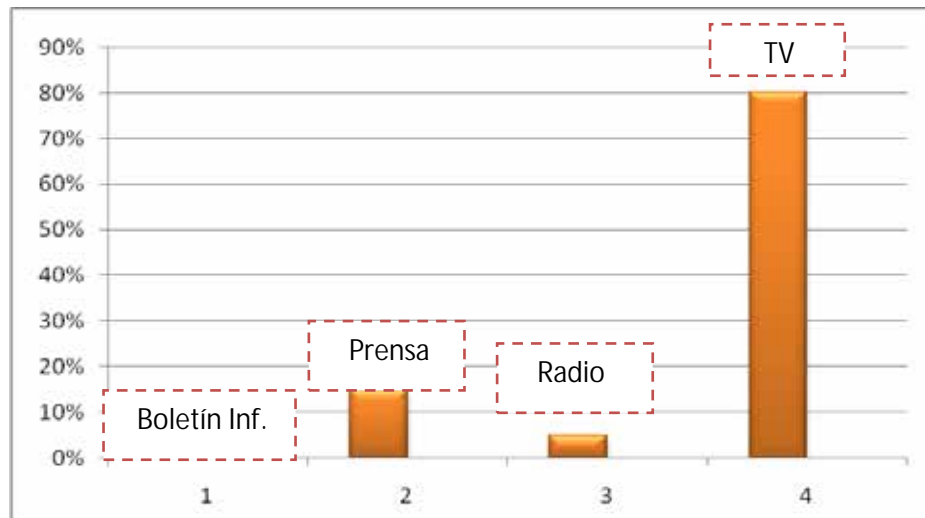


Fuente: López y Hernández (2016)

El 92% de los encuestados considera que los medios de comunicación social son de gran influencia para la difusión de información sobre la pornografía infantil, ya que estos a diario son visitados por sus usuarios, ahora bien, el restante 8% no lo considera así. Ayudados por el creciente número de noticias en los medios sobre redes de pornografía infantil y pederastia en Internet, se ha producido alarma en ciertos sectores de la población y preocupación, lo cual conlleva a que la sociedad adopte mayores restricciones y advertencias para con los niños, niñas y adolescentes.

Ítem 11: ¿A través de qué medios de comunicación social le gustaría recibir información con respecto a la Pornografía Infantil?

Gráfico N°11. Medios de comunicación social para recibir información.

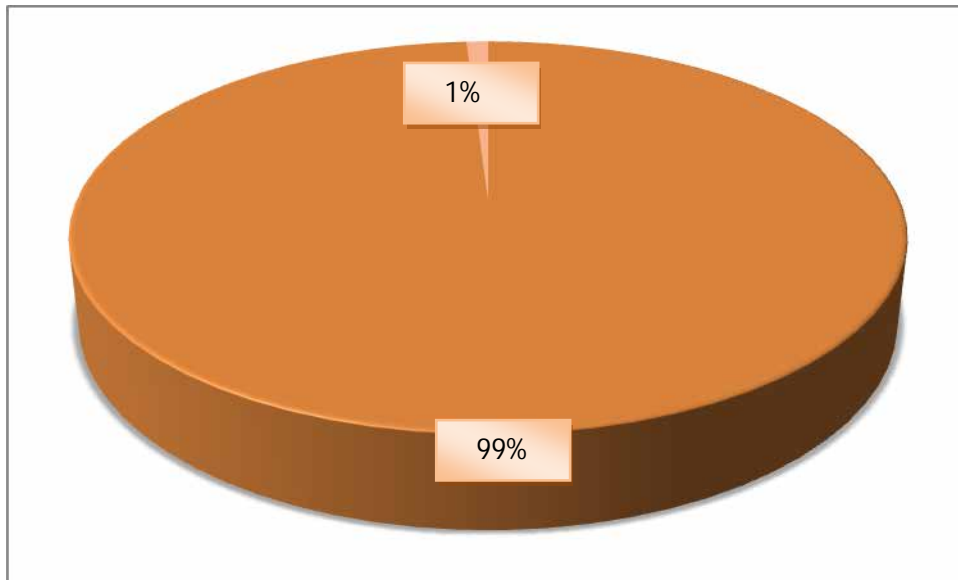


Fuente: López y Hernández (2016)

Su puede notar que el 80% de las personas prefiere la televisión como medio de comunicación social para recibir información de temas que afectan a todos como lo es la Pornografía Infantil, seguido de un 15% a los que les parece mejor recibir información por medio de la prensa, y un 5% por la radio. Así se observó que los medios de comunicación son de gran influencia a las personas, en este caso la televisión juega un rol importante como canal informativo a la hora de transmitir un mensaje de prevención contra la pornografía infantil.

Ítem 12: ¿Asistiría usted a charlas informativas como parte de la Campaña Institucional que se promueva desde el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes junto a la alcaldía de San Diego con respecto a la pornografía infantil con expertos en el área?

Gráfico N°12. Asistencia a charlas informativas.

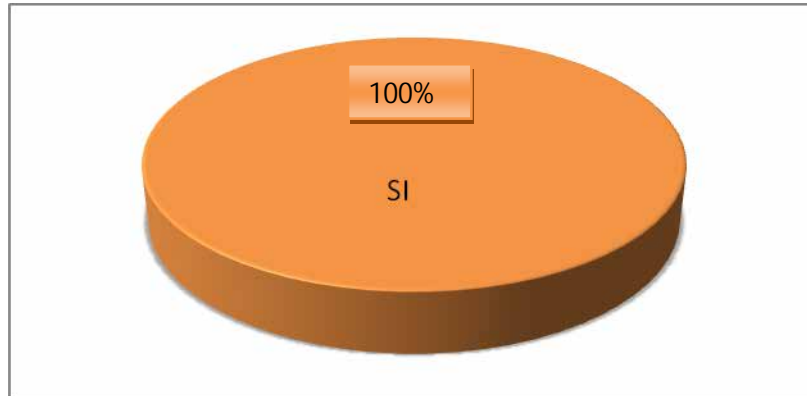


Fuente: López y Hernández (2016)

Es interesante observar que la gran mayoría, o sea el 99% de la población está interesada y asistirían a charlas informativas que se promueva desde el Consejo de niños, niñas y adolescentes junto a la Alcaldía de San Diego, con respecto a la Pornografía Infantil, dictada por expertos en el tema y sólo el 1% no tomaría en cuenta esta oportunidad de obtener esta información, lo cual es de vital importancia para adquirir conocimiento y prepararse ante un posible caso que se pueda suscitar.

Ítem 13: ¿Apoyaría usted cualquier iniciativa informativa que lleve a cabo la Alcaldía de San diego con respecto a la difusión del tema de Pornografía Infantil?

Gráfico N° 13. Apoyo a la información sobre la P.I. por la Alcaldía.



Fuente: López y Hernández (2016)

El 100% de las personas encuestadas asegura que apoyaría toda iniciativa informativa que lleve a cabo a alcaldía de San Diego con respecto a difundir el tema de la Pornografía infantil, ya que es con el fin de prevenir futuros casos de esta problemática. Este conflicto que se potenció con el uso de nuevas tecnologías, sobre todo de Internet. Para prevenir, sobre todo los padres, deben capacitarse en el uso de esas herramientas, pero también generar confianza y diálogo con sus hijos. Por medio de talleres informativos, se puede poner al tanto a la ciudadanía para que tome conciencia así como precauciones en contar de la pornografía infantil.

Cuadro N° 1 de Observación Directa

N°	Situación a observar	Deficiente	Regular	Bueno	No tiene
1	Manejo de las redes sociales		X		
2	Uso de Facebook	X			
3	Página Web	X			
4	Pantallas Led	X			
5	Informar sobre la pornografía infantil	X			
6	Apoyo de la comunidad a talleres			X	
7	Conocimiento del tema	X			

Fuente: López y Hernández (2016)

Luego de haber realizado la observación directa del Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo, para conocer los medios comunicacionales que este utiliza para difundir campañas institucionales con respecto al tema de la pornografía infantil, se pudo deducir que no utilizan medios como televisión, pantallas led, realización de eventos. Lo que afirma que el Consejo de Protección no hace uso de los medios de comunicación adecuados para informar del tema, lo que da a la vista tiene de implementar un plan de medios de comunicación adecuados y acordes para su difusión, realizando campañas institucionales haciendo uso de los medios más idóneos.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

Diseñar una campaña a través de uso de medios publicitarios en el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo, para la prevención de la Pornografía Infantil.

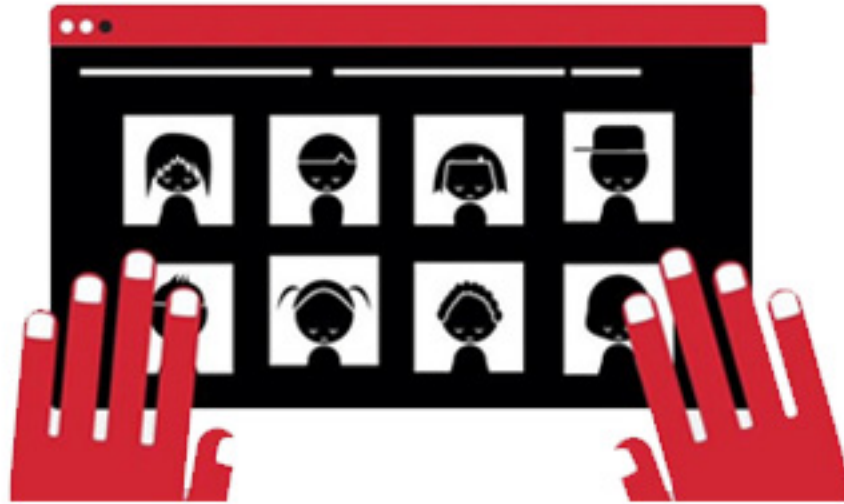
5.1 Presentación de la propuesta

El Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo, es un órgano administrativo que se encarga de asegurar la protección en caso de amenaza o violación de los derechos y garantías de uno o varios niños, niñas o adolescentes individualmente considerados. Una vez estudiados los resultados de la aplicación de los instrumentos, se da presentación ahora a la propuesta basada en el objetivo general de proponer una campaña institucional a través del uso de los medios más relevantes para crear conciencia entre las personas del municipio San Diego en pro de la prevención de la pornografía infantil.

Esta campaña institucional tendrá como nombre: **NIÑOS SOMOS TODOS, no dejes que la pornografía toque tus hijos**. Y será dirigida a personas de 30 a 70 años, los cuales poseen hijos, sobrinos y/o nietos.

Nombre de la Campaña Institucional:

Todos Somos Niños



No dejes que la pornografía infantil toque a tus hijos

5.2 Objetivos de la propuesta

5.2.1 Objetivo general

Proponer una campaña institucional al Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo; en pro de la prevención de la pornografía infantil.

5.2.2 Objetivos Específicos

- a) Seleccionar los medios más indicados para la aplicación de la campaña institucional.
- b) Elaborar el plan de medios para el esparcimiento del mensaje.
- c) Proponer la campaña institucional al Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo

5.3 Beneficios de la Propuesta

La propuesta del estudio está enfocada en concientizar e informar a todas las personas del Municipio San Diego de la problemática de la pornografía infantil, y así crear en ellas, la prevención necesaria que se amerita, con el fin de reducir los casos que se presentan. Además de esto, estar alertas a cualquier situación irregular donde la pornografía infantil pueda estar presente o empezando a desarrollarse.


5.4. Justificación de la Propuesta

A través de una campaña institucional las personas estarán bien informadas de la manera adecuada, de prevenir este tipo de problemática en la sociedad y en sus propias vidas. En este aspecto, el Consejo de Protección ampliará su aporte en la defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, brindando apoyo a los

afectados y protegiendo a las posibles víctimas de esta problemática con expertos en el tema que aporten cada una de las recomendaciones pertinentes.

5.5. Estructura de la Propuesta

Cuadro N° 11: Plan de Medios.

MEDIOS	JUSTIFICACIÓN	HORARIO	DESCRIPCIÓN
Redes Sociales: Facebook: 	Red social está vinculada a la estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo.	Acceso: 24 horas	Contando ya con las redes sociales de la alcaldía del Municipio San Diego, se crearán micros con contenido de mensajes preventivos contra la pornografía infantil, los cuales serán publicados en el facebook y redes oficiales de la alcaldía del Municipio San Diego.
Página Web Alcaldía	La página web de la alcaldía www.alcaldíadesandiego.gob.ve se colocaría a disposición de la campaña, con el fin de que los ciudadanos del Municipio San Diego sean informados de los distintos eventos y de mensajes preventivos.	Acceso: 24 horas	La página web de la alcaldía www.alcaldíadesandiego.gob.ve se colocaría a disposición de micros de video, banners, anuncios informativos, entre otros.
Eventos: Talleres para Padres	Mediante talleres para padres en el Consejo de Protección de Niños, Niñas y	Sábados: horario diurno	Utilizando las instalaciones del Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes; se

Medio BTL	Adolescentes se creará conciencia a las personas con respecto a la problemática.		realizarán talleres para padres y de prevención del tema. Así como la receptividad de distintos casos en donde ya se haya visualizado la problemática en su máxima expresión.
Micros Audiovisuales	Los micros de video ayudan a captar el interés de las personas, informándoles o dándoles maneras de cómo pueden prevenir casos de pornografía infantil.	Acceso: 24 horas	Los micros de video serán colocados en redes sociales, pagina web de la alcaldía de San Diego; así como también en pantallas LED, utilizando el patrocinio de la empresa Megavisión. Duración: 30 seg.
Micros Radiales en Emisora de San Diego La Notta FM 91.10	Los micros en radio alcanzarán a los radioyentes del municipio San Diego y Valencia, proporcionando a las personas información sobre el tema y/o información de eventos.	Lunes a Viernes: 3 veces/día	Los micros radiales se colocarán en emisoras de radio del municipio San Diego. Duración: 30 seg.

Fuente: López y Hernández (2016)

5.5. Factibilidad.

5.5.1 Factibilidad Técnica y Operativa

El Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes tiene la disposición y los recursos desde el punto de vista operativo y técnico para ejecutar la propuesta descrita anteriormente.

5.5.2 Factibilidad Económica

El Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, ubicado en el Municipio San Diego, Estado Carabobo es subsidiado por la Alcaldía del Municipio San Diego, la cual mantiene su gestión en la comunidad del mismo. Por esta razón se presentará la campaña institucional primeramente al Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes para su previo recibimiento.

Por lo tanto, la campaña institucional contará con todo el respaldo económicamente por la Alcaldía de San Diego, colocando absolutamente todo lo necesario, incluyendo los recursos de equipos e instalaciones, siendo una inversión mínima, ya que cuenta con todas las herramientas de medios comunicacionales para la difusión de la campaña institucional.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En virtud de la problemática planteada al inicio del presente trabajo se puede concluir que en el Municipio San Diego, no existe un plan preventivo contra la problemática de la pornografía infantil de parte del Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes.

De modo que, la encuesta realizada sobre los encuestados del municipio San Diego, dieron a conocer la falta de conocimiento sobre la pornografía infantil por parte de los habitantes del municipio, dando respuesta al diagnóstico de la situación actual, de igual manera, mediante este instrumento se pudo determinar el tabú de este tema que existe entre los ciudadanos.

Por lo tanto, se propone aplicar una campaña institucional, la cual llevará a las personas del Municipio San Diego, información de la problemática y la manera en que puede ser prevenida, implementándola a corto plazo, y de esta manera reducir los casos donde la pornografía infantil podría ser ejecutada.

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones constituyen una recopilación producto de la información comprendida en esta investigación, se considera pertinente tomar en cuenta las siguientes recomendaciones de gran importancia para que se pueda implantar la prevención en contra de la pornografía infantil en el municipio San Diego Edo. Carabobo.

1. Aplicar la campaña institucional para informar a las personas del municipio San Diego Edo. Carabobo.
2. Monitorear la actividad de las redes sociales de la alcaldía de San Diego, verificando que los post preventivos de contenido se estén publicando.
3. Realizar charlas informativas y de prevención contra la pornografía infantil.
4. Crear comisiones de trabajo, las cuales se encarguen de dichas charlas y de promocionarlas en el Municipio San Diego.
5. Promocionar el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en el Municipio.
6. Hacer uso de los medios de comunicación social para informar a padres y representantes con respecto al tema.

REFERENCIAS

Bibliográficas

- Arias, Fidas G (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta edición. Caracas. Editorial Episteme, C.A.
- Tamayo, M (2006). El Proceso de Investigación Científica. 2da edición. Editorial Limusa. México.
- Balestrini, M. (1997). Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. 6ta. Edición. Arcasa. B.L. Consultores Asociados Servicio Editorial.
- Pereira, P. (2012). Universidad José Antonio Páez. Campaña de Marketing Social para Promover la Gestión de la UNICEF a fin de Potenciar un Cambio en el Comportamiento de la Sociedad Venezolana. Trabajo de Grado. Valencia Estado Carabobo.

Electrónicas y/o Digitales

- Delgado Sergio y Franca Omar. (Septiembre 2014) Flujo De Material Pornográfico Infantil Online. Estudio Exploratorio En 10 Países De América Latina Con Foco En Uruguay. <file:///C:/Users/Contabilidad02/Downloads/Ante2.pdf> (Octubre 2015)
- Barrios Ileana y Pereira Dayana. (Abril 2010) Diseño de una Estrategia Comunicacional para Concienciar a los Estudiantes sobre las Personas con Discapacidad. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAP9983.pdf> (Octubre 2015)
- José R. Agustina, (2010). Desarrollo de un artículo en la Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología de la Universitat Internacional de Catalunya,

denominado, ¿Menores infractores o víctimas de pornografía infantil?
Respuestas legales e hipótesis criminológicas ante el Sexting.

<http://criminet.ugr.es/recpc/12/recpc12-11.pdf>

(Octubre 2015)

- Plua, M. (Marzo 2013) Campaña de Responsabilidad Social para dar a conocer la Importancia del Reciclaje Sector Sur Isla Trinitaria, Cooperativa Polo Sur, Guayaquil-Ecuador.

repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1120/1/

(Julio 2016)

- <http://www.importancia.org/medios-de-comunicacion.php>
- www.endvawnow.org/es/articles/1145-definicion.html

ANEXOS



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA DE MERCADEO

ENCUESTA

Somos estudiantes del 10mo semestre de mercadeo de la Universidad José Antonio Páez. Estamos realizando una investigación para nuestro proyecto de grado final. Solicitamos su cooperación al contestar las preguntas que se le presenta a continuación. Muchas Gracias

Marque con una X su opción de preferencia.

1.- ¿Cómo calificaría su conocimiento del tema de la pornografía infantil?

- a) Muy poco
- b) Poco
- c) Moderado
- d) Informado
- e) Muy informado

2.- ¿Cuáles cree usted que son los medios más comunes en donde se trafica la pornografía infantil?

- a) Tv
- b) Teléfonos celulares
- c) Internet
- d) Correo electrónico
- e) Revistas

3.- ¿Conoce de algún caso dentro del municipio San Diego, Edo. Carabobo donde se haya involucrado la pornografía infantil?

- a) Ninguno
- b) Uno
- c) Pocos
- d) Muchos

4.- ¿Cree usted que hay controles en los centros de internet en el Municipio San Diego con respecto al uso de material pornográfico infantil?

Si___ No___

5.- ¿Conoce de algún ente gubernamental legal que sea de protección y justicia en los casos de pornografía infantil?

6.- ¿Ha hecho usted alguna acción contra a pornografía infantil?

Si___ No___

7.- ¿Sabía usted que existe un Consejo Municipal de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes que velan por el cumplimiento de lo establecido en la LOPNA?

Si___ No___

8.- ¿Cuántas veces ha sido informado preventivamente sobre la pornografía infantil?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Casi Nunca
- d) Nunca

9.- ¿Considera usted que es importante realizar una campaña institucional en el Municipio San Diego sobre pornografía infantil?

Si___ No___

10.- ¿Considera que los medios de comunicación social donde gran influencia para la difusión de información sobre la pornografía infantil?

Si___ No___

11.- ¿A través de qué medios de comunicación social le gustaría recibir información con respecto a la Pornografía Infantil?

- a) Boletín informativo
- b) Prensa
- c) Radio
- d) Tv

12.- ¿Asistiría usted a charlas informativas como parte la campaña institucional que se promueva desde el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes junto a la Alcaldía con respecto a la pornografía infantil con expertos en el área?

Si___ No___

13.- ¿Apoyaría usted cualquier iniciativa informativa que lleve a cabo la Alcaldía de San diego con respecto a la difusión del tema de Pornografía Infantil?

Si___ No___