

FACULTAD DE HUMANIDADES  
CARRERA DE ARTE Y DISEÑO EMPRESARIAL



UNIVERSIDAD  
SAN IGNACIO  
DE LOYOLA



**El uso de la fotografía para concientizar sobre la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.**

Autor: Bachiller Cristina Terrazas Berrocal

Asesor: Lic. Ruperto Pérez Albela

**2017**



# Gracias

A mi familia, en especial a mis padres que me apoyaron durante toda mi carrera de manera incondicional, desde aquí y desde el cielo. Gracias por hacer esto posible.

A Jason Morveli por toda su ayuda y paciencia. Sin tí jamás hubiese podido terminar este proyecto.

A Dalixza, Silvana, Angela, Akemi, Carla, Bryan, Mónica y Jason. Gracias infinitas por su tiempo y esfuerzo ese domingo 26 de marzo.

A todos los que me apoyaron en la producción de las fotografías, a Silvana por ser una excelente fotógrafa, a todos los modelos por su gran trabajo y a los padres por darme el permiso de fotografiar a sus hijos.

Finalmente quiero agradecer a todas las personas, amigos, familiares y profesores que me brindaron su apoyo de diversas maneras, compartiendo la campaña, aportando materiales, dándome palabras de ánimo y asesorándome con ideas para mejorar este proyecto.

MUCHAS GRACIAS.

“

**EL USO DE LA FOTOGRAFÍA PARA  
CONCIENTIZAR SOBRE LA FALTA DE  
COMUNICACIÓN FAMILIAR COMO  
CONSECUENCIA DE LA AUSENCIA  
PARENTAL EN NIÑOS DE 6-8 AÑOS  
CON RESIDENCIA EN EL DISTRITO  
DE LA MOLINA.**

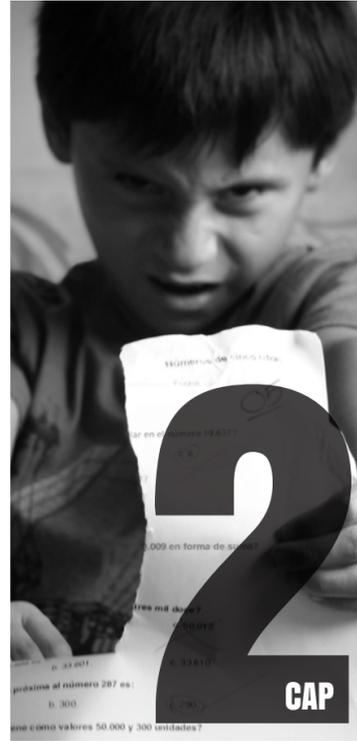
”

# ÍNDICE



## PROBLEMA

17. Descripción del Problema.
18. Problema Principal.
18. Problemas Secundarios.



## JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

23. Justificación.
24. Objetivo Principal.
24. Objetivos Secundarios.



## INVESTIGACIÓN

29. Marco Teórico.
30. Familia.
42. Comunicación.
56. Ausencia Parental
58. Fotografía.
  
68. Estado del Arte.
69. Nacionales.
70. Internacionales

75. Estructura del Proyecto
77. Público Objetivo
81. Levantamiento de Información.

## PROYECTO



97. Análisis del diseño.
100. Diseño de la comunicación.
101. Fundamento del diseño.
102. Propuesta gráfica.
116. Etapas de desarrollo del proyecto.

## DISEÑO



125. Análisis de resultados.
131. Registro de la implementación.
162. Conclusiones y recomendaciones
164. Bibliografía.

## RESULTADOS



# RESUMEN

Este proyecto abarca el desarrollo de una investigación basada en un problema social que afecta a las familias de La Molina y la elaboración de una campaña acerca de esta.

La buena comunicación es uno de los pilares que sostiene a la familia, esta se va formando junto con la confianza y permite que los hijos puedan tener conversaciones íntimas sobre temas de su vida diaria con su familia, dándoles la oportunidad a sus padres de poder guiarlos y ayudarlos a tomar las decisiones correctas a lo largo de su vida. El problema se presenta cuando los padres priorizan el bienestar económico de sus hijos antes que el emocional. Todo padre anhela darle a sus hijos una calidad de vida superior a la que ellos mismos tuvieron, pero muchos dejan el compartir familiar en un segundo plano a causa de esto, convirtiéndose en padres ausentes por causa de su trabajo y dejando la crianza de sus hijos a terceras personas.

La ausencia parental no solo genera una mala comunicación familiar, sino que hay consecuencias como la desintegración del vínculo padre-hijo, o las secuelas psicológicas y conductuales que se generan en los niños al crecer. Estos temas también serán tratados en la investigación.

Para abordar el problema encontrado, se ha planteado un proyecto llamado "Ahora es la Hora", el cual presenta como principal actividad un recorrido fotográfico que tiene como finalidad sensibilizar a los padres de familia del distrito de La Molina que pasan cada vez menos tiempo con sus hijos a causa del trabajo. Se realizará en el parque infantil "Barbara D'Achille" en La Molina debido a la gran cantidad de familias con hijos pequeños que van a pasar unas horas ahí un domingo en la tarde.

Esta campaña social se desarrolla bajo el concepto "el tiempo se pasa volando" porque concientizará a los padres sobre la importancia de disfrutar a sus hijos cada minuto que puedan porque la niñez es corta y crecerán más pronto de lo que imaginan. Se eligieron fotografías de niños, adolescentes y jóvenes con la finalidad de que los padres vean identificados a sus hijos en el futuro de no generar un cambio significativo en sus vidas.

Este proyecto generará que los padres realicen compromisos personales que los ayude a mejorar la relación con sus hijos. Es necesario actuar y generar conciencia en esta sociedad moderna cada vez más materialista y volver a darle la importancia que se merece al tiempo de calidad familiar.

# ABSTRACT

This project is the development of a research based on a social problem which affects the families of La Molina and the preparation of a suitable campaign.

Good communication is one of the pillars which upholds a family. It comes along with confidence and it allows children to have intimate conversations about daily topics with the family. That give their parents the chance to guide and help them to make good decisions during their lives. The problem arises when parents give priority to the economic welfare before the emotional one. Every father wants to give a better quality of life than they had but many push the family time into the background and they become absent parents due to their work so they leave the responsibility for the upbringing of their children to third parties.

The parental absence not only brings a bad family communication but there are consequences like disintegration of the parent-child bond or the psychological and behavioral sequels in the children growth. These topics are also analysed in the research.

To examine the mentioned problem, a project called "Ahora es la Hora" (the time is now) has been developed and its main activity is a photographic route with the purpose of raising the awareness of parents living in La Molina who spend less and less time with their children due to their work. It will be developed in "Barbara D'Achille" Park in La Molina where a big number of families with little children go to spend some hours on Sunday afternoons.

This social campaign is developed under the concept "Time flies" because it will alert parents about the importance of enjoying their children every minute because childhood is short and they will grow up faster than they imagined it. Photos of children, teenagers and young people taking bad decisions were chosen so parents could think about their own children in the future if they don't generate a significative change in their lifes.

This project will generate personal commitments of parents in order to improve the relationship with their children. It is necessary to act and to create awareness in this modern society increasingly materialistic and give again importance still deserved to the family quality time.



El boletín demográfico del distrito de La Molina, correspondiente al último Censo Nacional del 2012, indica que hay 20511 niños entre hombres y mujeres. A esto se le suma los datos condensados en el Compendio Estadístico Municipal 2012 de La Molina que indica que existieron 636 atendidos por la DEMUNA, Defensoría Municipal del niño(a), los cuales casi duplicaron los 374 casos atendidos el 2011. Estos datos reflejan de alguna manera la tendencia negativa en el comportamiento de las familias de La Molina que aumenta año tras año. Asimismo, el Compendio Estadístico en mención muestra que durante el 2012 se trataron 2593 casos de orientación sobre temas de familia lo cual refuerza la importancia del esfuerzo que se quiere lograr al acercar a padres con hijos en La Molina.

En la actualidad existen diversas razones por las cuales los padres tienden a dedicar poco tiempo a sus hijos. Las familias han dejado atrás la típica estructura del padre proveedor y la madre ama de casa, en la actualidad son más las familias en las que ambos padres salen a trabajar y dejan a sus hijos al cuidado de terceros. El anhelo de los padres por ganar dinero suficiente para otorgar a sus hijos una mejor calidad de vida, en muchas ocasiones conlleva a dejar el compartir familiar en un segundo plano. Por otro lado, también existen padres que simplemente descuidan la crianza directa de sus hijos por su propia comodidad y priorizan otro tipo de actividades.

Nord afirma que “el involucramiento de los padres en la educación de su hijo es importante para el éxito escolar, pero no todos los niños tienen padres quienes se involucren en su escuela” (1998, p.1). Esta influencia, con el tiempo puede ser la diferencia entre un hijo bien encaminado y uno con distintos problemas tanto sociales como emocionales.

Con el tiempo la mala comunicación familiar, las cargas emocionales no resueltas, la falta de autoridad parental, la rebeldía de los hijos a temprana edad, entre muchas otras consecuencias comienzan a aflorar por esta mala práctica. Por este motivo esta investigación busca de manera eficiente y creativa impactar en la sociedad desde el punto más importante, el núcleo familiar.

**CAP.**



**PROBLEMA ENCONTRADO**

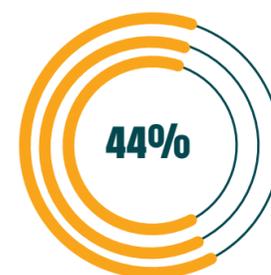
# Descripción del PROBLEMA encontrado

Ernesto Velarde (2013), country manager de la empresa Trabajando.com, realizó una encuesta a más de 2.300 personas, de cual resultó que un 44% de los peruanos siente que sus papás estuvieron ausentes durante su niñez debido a la gran cantidad de tiempo que le dedicaban al trabajo. Un 34% considera que el tiempo que pasaban juntos fue lo suficiente para compatibilizar trabajo y familia y sólo un 22% señaló que pasó bastante tiempo junto a su padre, ya que siempre estuvo presente. Estas estadísticas nos indican que la mayoría de padres no saben balancear su tiempo de trabajo y su tiempo de calidad con los hijos.

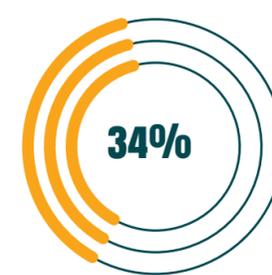
El Perú en general, es un país en desarrollo y como tal es usual encontrarse con familias separadas por la necesidad de los padres de surgir económicamente. Los padres no se dan cuenta del profundo daño emocional que pueden generar a sus hijos por su ausencia.

Ya sea por ignorancia o por egoísmo, incluso los fines de semana muchos prefieren descansar que salir a tener un tiempo de calidad en familia.

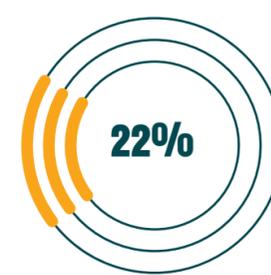
Algunos padres tratan de suplantar su presencia con regalos (videojuegos, televisión, juguetes, internet, etc.) o incluso terceras personas (tíos, abuelos, nanas, etc.). Estadísticas nos arrojan que 91 de cada 100 adolescentes usan el internet y de estos solo 5 lo utilizan con fines educativos (INEI, 2014). Lo cual nos indica que existe un gran vacío que está siendo suplido por la tecnología en los niños de hoy. Sin embargo, tarde o temprano los niños sienten la ausencia de sus padres y se sienten abandonados. Es por esto que existe una importancia urgente de que sean los padres los encargados directos de dedicar tiempo a sus hijos por más ocupados o cansados que se encuentren.



**PERUANOS**  
QUE SIENTEN QUE SUS  
PADRES ESTUVIERON  
**AUSENTES**  
DURANTE SU NIÑEZ  
DEBIDO AL TRABAJO



**PERUANOS**  
QUE SIENTEN QUE SUS PADRES  
EQUILIBRARON SU TIEMPO LO  
**SUFICIENTE**  
ENTRE EL TRABAJO  
Y LA FAMILIA



**PERUANOS**  
QUE ASEGURAN SI  
HABER PASADO BASTANTE  
**TIEMPO**  
CON SU PADRE



**Problema Principal:**

**La falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.**



**Problema Secundario 1:**

**La desintegración del vínculo padre-hijo** tras la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.

**Problema Secundario 2:**

**Las secuelas psicológicas y conductuales en los hijos** tras la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.



**CAP.**

# JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

### Justificación de la investigación:

El propósito de esta investigación es generar un impacto positivo en la sociedad ayudando a mejorar la educación de los hijos a través de una correcta crianza de los padres. Es bien sabido que una persona bien educada se vuelve una persona de bien y útil para la sociedad, sin embargo la educación no sólo se imparte en colegios, institutos o universidades; la educación también debe darse dentro del núcleo familiar.

Se sabe, además, que en su mayoría los padres aman a sus hijos y por esta razón siempre tratan de dar lo mejor de ellos, el simple hecho de recordarles las posibles consecuencias fatales de su ausencia en la crianza de sus hijos pondrá al descubierto un problema real y fomentará en ellos una conducta que busque resolver el problema. Una familia con valores, hijos siempre acompañados y guiados bajo una correcta tutela, lograrán en mediano y largo plazo la reducción de la delincuencia y más ciudadanos con valores sólidos.

Por otro lado, Vincenzo María Mastronardi, autor del libro Criminología I (2012) del Instituto Internacional de Criminología y Ciencias Forenses, afirma que si continúan dejando solos a los niños y dejan su crianza a cargo de terceros o incluso de ellos mismos, es inevitable continuar encontrando personas con desordenes emocionales, rebeldes y dañinos para la sociedad. Vincenzo cita a Sheldon Gluek y Eleonor Gluek, en su investigación acerca de las causas de criminalidad (1930), John Conger y Wilbur Miller (1956, citados en Wilson & Herrnstein, 1984, pág. 179) en su investigación de perspectiva longitudinal en Colorado y Terence Taylor junto a David Watt (1977) en otro estudio de perspectiva longitudinal y revela que los jóvenes más destructivos provenían de contextos en los cuales hay padres ausentes o con presencia inconsistente.



**Objetivo Principal:**

# CONCIENTIZAR

sobre la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.

**Objetivo Secundario 1:**

# ADVERTIR

la desintegración del vínculo padre-hijo tras la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.

**Objetivo Secundario 2:**

# INDICAR

las secuelas psicológicas y conductuales en los hijos debido a la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina.

**INVESTIGACIÓN**

# MARCO TEÓRICO



# Familia

## DEFINICIÓN DE LA FAMILIA

La familia, desde sus orígenes, si es que se puede asegurar a ciencia cierta el verdadero inicio, ha sufrido diversos cambios llegando a ser lo que es hoy en día. Siguiendo a la historiadora y psicoanalista francesa Elisabeth Roudinesco, podemos distinguir tres grandes períodos en su evolución (Roudinesco, 2005).

- El primero de ellos fundado en la tradición, sirve, ante todo, para asegurar la transmisión de un patrimonio, de modo que las uniones conyugales eran acuerdos entre los padres sin tomar en cuenta la vida afectiva y sexual de los jóvenes contrayentes caracterizada por un sometimiento total a la autoridad patriarcal.
- El segundo momento, corresponde a la llamada familia moderna, que se impone desde fines del siglo XVIII hasta mediados del XX, en el que se reciben los intereses afectivos, el amor romántico y reciprocidad de los deseos carnales, dividiéndose el trabajo y educando a los hijos a través de los ideales de la nación.
- Finalmente, el último período comienza a partir de la década de 1960, en el que se impone la llamada familia contemporánea o postmoderna, la que une temporalmente a dos individuos en búsqueda de

relaciones íntimas o expansión sexual, y que se constituyó en el rostro concreto de problemas respecto de la atribución de autoridad, asociado a la par con un significativo aumento de divorcios, separaciones y recomposiciones conyugales.

Hoy en día, la familia según la Declaración Universal de los Derechos Humanos publicada por la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU, 1948), es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado. Por otro lado, el libro "Desarrollo Humano" (Papalia, 2009), reconocida psicóloga y profesora en la Universidad de Wisconsin, la relación que existe en una familia puede darse principalmente en dos tipos:

- Vínculos Sociales: Dados por el establecimiento de un vínculo reconocido ante la sociedad como lo es el matrimonio.
- Vínculos de consanguinidad: Como la existente entre padres e hijos o la relación de medios hermanos que comparten un mismo padre o madre.

Además, el Diccionario de Sociología (Gallino, 1983), indica que también puede diferenciarse la familia según el grado de parentesco entre sus miembros. Tipos de familias:

- Familia nuclear, padres e hijos (si los hay); también se conoce como «círculo familiar».
- Familia extensa, además de la familia nuclear, incluye a los abuelos, tíos, primos y otros parientes, sean consanguíneos o afines.
- Familia monoparental, en la que el hijo o hijos vive(n) sólo con uno de los padres.
- Otros tipos de familias, aquellas conformadas únicamente por hermanos, por amigos (donde el sentido de la palabra "familia" no tiene que ver con un parentesco de consanguinidad, sino sobre todo con sentimientos como la convivencia, la solidaridad y otros), etcétera, quienes viven juntos en la mismo espacio por un tiempo considerable.

Sin embargo la teoría ha ido cambiando durante los años y adaptándose a la realidad de cada país y cada momento del tiempo. Como sabemos hoy, la familia nuclear de la década de 1950 se aprestaba a transformarse en la familia "posmoderna" de varias décadas más tarde o, como afirmó Edward Shorter en su conocidísimo libro "La construcción de la familia moderna" (Shorter, 1975). El término "familia posmoderna" no tiene un significado preciso, sino que designa en general un alejamiento o deslegitimación de la autoridad patriarcal y un creciente énfasis de la autonomía individual de los integrantes del hogar.

## FUNCIONES DE LA FAMILIA

Como sistema, la familia tiene las funciones psicosociales de proteger a sus miembros y favorecer su adaptación a la cultura a la que pertenecen. El estudio de Cesar Coll (Coll, 1998), en una extensa revisión, señala que la mayoría

“La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado.”

de autores reconocen como mínimo cuatro funciones o responsabilidades relacionadas con los niños:

- Las familias han de ofrecer cuidado y protección a los niños, asegurar su subsistencia en condiciones dignas. Cuando, por la razón que sea, esta función no puede cumplirse, en las sociedades desarrolladas existen mecanismos de intervención, desde servicios de apoyo y asistencia social, hasta intervenciones más drásticas, que pueden llegar a retirar la custodia de los hijos si los padres no pudieran asegurar su integridad física y psíquica.
- Las familias han de contribuir a la socialización de sus hijos en relación a los valores socialmente instaurados. Esta función se encuentra en la base de la consideración que diversos autores, desde la sociología, la filosofía y la psicología, han hecho de la familia como institución conservadora y reproductora del orden social dominante. Así, Pierre Bourdieu en su libro "Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste" (Bourdieu, 1984), considera que en la trayectoria social de los individuos, la familia tiene un papel de primer orden donde junto con la escuela es la responsable de la transmisión cultural; su eficiencia depende del grado en que la propia familia participa de esta cultura.



En ese sentido en el estudio de Basil Bernstein (Bernstein, 2000), afirma que hay un conjunto de reglas y códigos de participación en los circuitos de poder que se relacionan con las formas lingüísticas, estrategias comunicativas, maneras de verse y presentarse a uno mismo, que facilitan el éxito en la escuela.

Estas reglas y estrategias (maneras de hablar, de escribir, de interactuar, de vestirse, etc.) no se aprenden de igual manera en todas las familias, siendo las clases sociales favorecidas (las que disponen de más cultura, por así decirlo, y de más medios económicos) las más preparadas para facilitar este aprendizaje.

- Las familias han de apoyar la evolución de los niños, controlarlos y ayudarlos en el proceso de escolarización y de introducción progresiva en otros ámbitos e instituciones sociales.
- Las familias han de ser un sólido apoyo psicológico y emocional constante en el proceso de crianza de los niños. Es bien sabido que dentro de la familia emerge

“**Las familias han de ser un sólido apoyo psicológico y emocional constante en el proceso de crianza de los niños.**”

un entramado de relaciones y sentimientos de afecto y vínculo mutuo y está demostrado que la calidad de este es un reflejo luego en las próximas interacciones sociales del niño. Los componentes emocionales y afectivos son la clave que explica el desarrollo y el aprendizaje de las personas, el hecho porque nos sentimos dispuestos a aceptar el reto que supone aprender.

### ESTILOS DE CRIANZA DE HIJOS

En “La familia como ámbito de socialización de los hijos” (Coloma, 1993), el autor define los estilos educativos como “esquemas prácticos que reducen las múltiples y minuciosas pautas educativas paternas a unas pocas dimensiones básicas, que cruzadas entre sí en diferentes combinaciones, dan lugar a diversos tipos habituales de educación familiar” cuando se habla de estilos de crianza parentales se trata de tendencias globales de comportamiento; pueden ser un modelo de relación ente padres-hijos que crea un sistema organizado de actuaciones, creencias y actitudes.

El “Estudio sobre los estilos educativos parentales y su relación con los trastornos de conducta de la infancia” (Raya, 2008) define que “El estilo parental puede ser entendido como una constelación de actitudes acerca del niño, que le son comunicadas y que, en conjunto, crean un clima emocional en el que se ponen de manifiesto los comportamientos de los padres”. Estos comportamientos incluyen las conductas y deberes de paternidad y otro tipo de comportamientos como gestos, cambios en el tono de voz, expresiones de afecto, etc.

Los primeros estudios sobre estilos educativos fueron de Diana Baumrind (Baumrind, 1977), quien trató de identificar niños que tenían en sus comportamientos ciertas combinaciones en algunas dimensiones: autocontrol, tendencia de aproximación y evitación, autoconfianza, placer en la realización de actividades y su relación afectiva a compañeros. Algunos de los comportamientos observados en los niños fueron: en unos entusiasmo, en otros el querer estar solo cuando se sentían tristes o lastimados, imponerse a sí mismo tareas difíciles, aceptar el reproche, castigo o censura. A partir de éstos se describió patrones de comportamiento propios de cada niño, siendo así:

- Patrón I, niños competentes, siempre felices, con autoconfianza y autocontrol.
- Patrón II, niños tímidos, con poca afinidad a compañeros, tristes y baja tendencia al acercamiento.
- Patrón III, niños inmaduros, con baja autoconfianza, bajo autocontrol como también poca tendencia a la aproximación.

## PATRONES DE CONDUCTA SEGÚN DIANA BAUMRIND Y DIANA AGUDELO

### PATRÓN I

#### NIÑOS

competentes, felices, con autoconfianza y autocontrol.

#### PADRES

exigían responsabilidad, escuchaban, explicaban, promovían un clima emocional adecuado, se mostraban felices, autoconfiados y asumían retos.

### PATRÓN II

#### NIÑOS

Tímidos, poca afinidad a compañeros, tristes y baja tendencia al acercamiento

#### PADRES

Controladores, exigentes y menos cálidos.

### PATRÓN III

#### NIÑOS

Inmaduros, con baja autoconfianza y autocontrol. Poca tendencia a la aproximación.

#### PADRES

Eran inmaduros, moderadamente educadores, pero bajos en ejercer control.

Los investigadores estudiaron las interacciones entre estos tres subgrupos y sus padres, y se evaluó cuatro dimensiones de la conducta paterna, que podrían tener efectos importantes en el desarrollo de los niños: control paterno, exigencias de madurez, comunicación padre-hijo y crianza-educación. En la investigación de Diana Agudelo del International Journal of Psychological Research, "Características de ansiedad y depresión en estudiantes universitarios" (Agudelo, 2008):

- Los niños del patrón I, cuyos padres ejercían control, exigían responsabilidad, y a la vez trabajaban en su independencia, escuchaban, explicaban y promovían un clima emocional adecuado, se mostraban felices, autoconfiados y asumían retos. Los padres de los otros dos grupos, tuvieron bajos puntajes.
- Los padres del patrón II eran niños tímidos, con padres más controladores y exigentes y menos cálidos.
- Los padres de los niños del patrón III eran inmaduros, fueron moderadamente educadores, pero bajos en ejercer control.

En otros estudios, Diana Baumrind (psicóloga de desarrollo conocida por su especialidad en estilos parentales) tomó un enfoque diferente, primero definió grupos de conductas paternas, luego fueron estudiadas las características de los niños en los diferentes tipos de familias. Con base en estos estudios se identificaron tres tipos de estilos educativos paternos: autoritario, autoritativo y permisivo (Baumrind, 1977).

Posteriormente, ella no utilizó ya el término competencia para describir el comportamiento, sino que se centró en la acción, en la tendencia a tomar la iniciativa, asumir el control, esforzarse para resolver los problemas en lo cotidiano, planteando dos tipos de acción: social, caracterizada en una participación activa, liderazgo, valentía y decisión, interacción con otros niños; y otra cognitiva en la cual hay un sentido de la identidad, se propone metas y se esfuerza por alcanzarlas, responde positivamente a los retos y se presentan como niños originales y positivos.

A partir de estos estudios fueron generándose más investigaciones quienes se sustentan teóricamente en el trabajo de Baumrind como pionera en los estilos de crianza. Si bien se han asumido algunas denominaciones: prácticas educativas familiares o prácticas de crianza, en cualquiera de sus formas todos se relacionan con variables de apoyo,

# CRIA AN ZA

control, ambiente comunicativo y poder. El apoyo como la conducta expresada por los padres hacia el hijo, permitiendo que se sienta comfortable y aceptado como persona, tiene que ver con la aprobación, elogios, estimulación, cooperación, expresiones de ternura y afecto físico.

El control se define como la conducta de un padre hacia el hijo con el objetivo de dirigir la acción de manera deseable para los padres, esta variable coincide con la disciplina, puesto que a través de la guía y el control que ejercen los otros sobre uno mismo, aprendemos a regular nuestra propia conducta de manera autónoma.

Por otro lado, el ambiente comunicativo es una variable que posibilita una dinámica familiar en la que es posible hablar y negociar dentro del sistema tomando en cuenta el punto de vista de todos los miembros inclusive de los más pequeños; permite compartir problemas y emociones. Finalmente el poder, definido como el potencial que un individuo tiene para obligar a que otra persona en este caso un niño actúe de modo contrario a sus propios deseos o intereses, esta variable explica las conductas competentes e incompetentes

de los niños (Torío, 2008). Además, como indica el estudio "Socialización: Prácticas de crianza y cuidado de la salud" (Aguirre, 2000), son un conjunto de acciones y repertorios conductuales aprendidos por los padres y madres que buscan guiar y conducir las conductas de sus hijos basada en la experiencia propia de sus padres y otros referentes cercanos.

Los estudios realizados y desde la óptica interactiva de los estilos educativos parentales se enmarcan dentro de dos dimensiones: La primera abarca tanto el lado afectivo como la comunicación, que tiene que ver con la sensibilidad de

**La crianza de los hijos también depende de las experiencias que los padres hayan tenido en la infancia.**

los padres hacia las necesidades del niño, la aceptación de su individualidad, el afecto y el diálogo que expresan todos los miembros. La segunda tiene que ver la relación entre el control y las exigencias, que se relaciona con el tipo de disciplina y estrategias de control que los padres utilizan para la educación de sus hijos (Rodrigo, 1998).

Un aspecto importante que se debe considerar al momento de hablar de crianza y es que se debe comprender los significados del desarrollo del niño que tienen los padres, que están implícitas en cada patrón de crianza, en otras palabras las expectativas que tienen sus padres, en función del contexto familiar y social,

así mismo aceptar que no todos los estilos de crianza son uniformes en todas las culturas por lo que cada una desarrolla sus propias estrategias y mecanismos para sobrevivir y desarrollarse en la vida (López, 2010).

Por ello se dice que la crianza de los hijos también depende de las experiencias que los padres hayan tenido en la infancia, puede haber sido un modelo que ha generado actitudes de imitar, superar o compensar. La mayor parte de los problemas de los padres se asocia con la función de control de sus hijos, lograr que ellos se adapten a las normas y reglas del sistema, el desarrollo de hábitos, pues la mayoría se sienten inseguros sobre los métodos que emplean para premiar o castigar a sus hijos(as), porque no quieren repetir las malas experiencias vividas en su crianza, aunque por otro lado, existen padres que infligen golpes físicos y castigos que implican maltrato.

Esto se relaciona con la forma en que han asimilado en su vida adulta las experiencias de la niñez con respecto a la satisfacción de sus necesidades emocionales (Hernández, 1998). De entre los cambios acontecidos en la familia en los últimos tiempos se ha observado como muchos padres que fueron educados de una forma autoritaria y rígida han adoptado estilos de crianza extremadamente permisivos, quizás por el sentimiento de culpa que puede generar en ellos actuar de manera rígida con sus hijos, evitando de esta manera revivir el pasado de su niñez, optando por la permisividad. Esta disciplina permisiva habrá dado lugar a niños consentidos, con problemas para respetar las normas y reglas establecidas dentro y fuera del hogar.

## CONFLICTOS EN LA FAMILIA

### Tipos de conflictos en la familia

Los conflictos son situaciones en las que dos o más personas entran en oposición o desacuerdo porque sus posiciones, intereses, necesidades, deseos o valores son incompatibles, o son percibidos como incompatibles. En los conflictos, las emociones y los sentimientos juegan un rol muy importante.



Según, "Campos de intervención en Psicología Social" (Fischerm, 1990), existen cuatro tipos de conflictos:

- **Conflictos de Objetivos:** Al haber distintos tipos de personas dentro de una misma familia es muy común que por falta de liderazgo o por otros factores, los objetivos trazados como familia sean distintos. De ahí parte el conflicto por objetivos, las metas de cada uno son prioritarias para cada individuo y esto genera rencillas.
- **Conflictos Cognitivos:** Las creencias y convicciones de cada individuo chocan con las de otros miembros de la misma familia y se generan disputas ideológicas.
- **Conflictos Afectivos:** Las emociones y los sentimientos que pueden surgir en distintos momentos de la vida de cada individuo de la familia puede generar conflictos.
- **Conflictos de Conducta:** Las acciones realizadas por uno o más miembros de la familia puede no ser del agrado de todos. Las conductas es el modo personal que tiene cada individuo de comportarse en diversos ámbitos de su vida. Por lo general se puede hablar de conductas agresivas, pasivas o asertivas (siendo las dos primeras las que causan más conflictos).

### Causas:

#### FACTORES INTERNOS

##### Falta de autoridad

La autoridad de los padres es una influencia positiva que sostiene y acrecienta la libertad en desarrollo de cada hijo, que no sólo incide en el crecimiento moral de los hijos, sino también en la unidad y en la autonomía de la propia familia. La autoridad también se puede definir como un servicio a los hijos en su proceso educativo que implica el poder de decidir y sancionar y una ayuda que consiste en dirigir la participación de los hijos en la vida familiar y orientar su creciente autonomía.

# CONFLICTOS

Hay distintos modos de ejercer la autoridad que pueden ser desfavorables para el sano desarrollo de los hijos y de los vínculos familiares creando así diversos conflictos. (Oliveros, 1985):

— **Estilo pasivo:** estos padres no expresan abiertamente lo que necesitan, quieren o esperan de los hijos. Sólo piden conductas intermedias o sólo intentos, teniendo pocas esperanzas de alcanzar el éxito de su pedido. Esta postura genera que los hijos se sientan mal, inseguros, desprotegidos e insatisfechos. El vínculo, en estos casos, se tiñe de insatisfacción ya que nadie está contento con el rol del otro ni con el propio.

— **Estilo autoritario:** estos padres imponen su voluntad sin reconocer los derechos de los demás. Los resultados son hijos dominados y que no tienen iniciativa, que no saben tomar decisiones. En otros casos el resultado será un hijo autoritario.

— **Estilo arbitrario** y variable: hay padres que rigen sus acciones más que por un criterio racional, por el estado de ánimo que además de muy cambiante. Otros, más inseguros, oscilan entre varios estilos: autoritario, sobre controlador. Esta incoherencia en el estilo genera en los hijos inseguridad.

— **Estilo punitivo y violento:** estos padres siempre están buscando los errores y defectos del hijo para hacérselo notar. Sobredimensionan los errores, pero nunca encuentran los aciertos. Cuando encuentran los errores tienen una reacción emocional violenta, tanto física como emocional. Son niños que viven amenazados, que se portan bien por temor al castigo. Este estilo genera en los hijos resentimiento, rabia, humillación y frustración.

Hay distintos modos de ejercer la autoridad que pueden ser desfavorables para el sano desarrollo de los hijos y la familia.



— **Estilo permisivo:** hay padres que permiten que sus hijos hagan y deshagan en función de sus propios deseos, sin tener que ajustarse a reglas ni demandas. Esto genera en el hijo la falta de adaptación a las normas al ingresar a la escuela.

— **Estilo negligente:** hay padres que no se comprometen con la función paterna, ya sea por irresponsabilidad, descuido o alguna patología. De esta forma privan al hijo de la guía y orientación que necesitan para aprender a vivir. Estos niños sufren la carencia de amor y se sienten abandonados.

#### Mala comunicación

Existen diversos componentes que intervienen la dinámica comunicativa dentro de la familia y definitivamente causan conflictos en la familia (Gallego, 2006):

— Los mensajes verbales y no verbales, que les dan el contenido de la interacción, formando un todo en la comunicación y utilizándose para crear significados familiares, creando realidades y significados diferentes al acto.

— Las percepciones, sentimientos y cogniciones, así como las emociones y los estados de ánimo de los que participan en la comunicación son elementos que influyen en el proceso de interpretación y comprensión.

— Los contextos en los que se desarrolla la comunicación que abarca la cultura, el lugar, el periodo histórico, el ambiente cercano como la disposición de los espacios.

#### FACTORES EXTERNOS:

##### Antecedentes de los padres

El pasado de los padres es el cúmulo de experiencias y creencias que definen a cada uno de ellos y que definitivamente influyen en el estilo de crianza de sus hijos y de la manera cómo se enfrenta a la vida en general. Anteriormente se describió que una mala crianza puede continuar de padre a hijo por generaciones. Esto además de la calidad de educación y experiencias fructuosas dentro de la vida de cada padre definen como se relacionarán en familia en el futuro. Los conflictos se originan cuando los antecedentes de los padres no son compatibles y comienza una batalla ideológica, de valores, etc.

## CONSECUENCIAS DE LOS CONFLICTOS FAMILIARES

### EN LOS PADRES

Sentimientos de estrés, ansiedad y nerviosismo.



**Si no se controla**  
Podría llevar al rompimiento del matrimonio, o a lastimarse entre los miembros.

### EN LOS HIJOS

Retienen las emociones negativas y positivas de su entorno.



**Si no se controla**  
Generan estragos psicológicos y conductuales que podrían ser irreversibles en el futuro.

### Crisis económica

Es un hecho cierto que la crisis económica en las familias genera conflictos conyugales. Esto se debe a que mayormente la crisis económica genera ansiedad y como tal, sumado a otros aspectos del contexto sociocultural, además de la falta de dinero, ayudan a aumentar dicha ansiedad llegando a altos niveles de estrés y generando problemas intrafamiliares.

La impotencia de los padres de no poder suplir las necesidades básicas de la familia o de llegarlas a suplir tras mucho esfuerzo no solo genera estrés en ellos, sino también en los hijos. Los niños en un contexto social, se comparan con otras familias con niveles económicos mayores y se generan conflictos internos que pueden llevar a la depresión.

### Influencias externas

Como bien se ha dicho antes, la ansiedad junto a otras variables que generen tensión y ansiedad en las familias son generadores de conflictos habituales en las familias hoy en día. Factores externos como la política, guerras, ideologías sociales, enfermedades, clima, etc. pueden ser detonantes de conflictos en la familia.

## CONSECUENCIAS

### En los padres

A causa de los conflictos, los padres son continuamente bombardeados por estrés, ansiedad y nerviosismo. Como tal, si no se controla a tiempo puede terminar en el rompimiento de un matrimonio o en la pérdida de los estribos de uno de ellos. La acumulación de conflictos no resueltos generará en algún momento una explosión de sentimientos negativa lastimándose así entre los mismos padres o entre padres con los hijos.

### En los hijos

Los hijos retienen las emociones alrededor de ellos, tanto las negativas como las positivas. Los conflictos intrafamiliares generan estragos psicológicos y

conductuales en los niños y de no ser tratados profesionalmente en el futuro podrían ser irreversibles.

## IMPORTANCIA DE UNA RELACIÓN FAMILIAR SANA

Una relación familiar sana dentro de la correcta crianza de los niños es esencial. Asegura una estabilidad emocional y psicológica de ellos y previene la exposición a influencias negativas externas que puedan distorsionar el correcto crecimiento de ellos.



## LAS FAMILIAS EN EL DISTRITO DE LA MOLINA

Las familias de La Molina se encuentran en su mayoría entre los niveles socioeconómicos A y B, A: 34.6% y B: 45.2%. (APEIM, 2016). Además, la infraestructura y organización del distrito son de los mejores del país debido a que también los impuestos para los residentes son de los más altos. Estos datos reflejan el poder adquisitivo de la mayoría de las familias del distrito y por lo tanto la urgencia (o rutina) de cada una ellas para continuar trabajando y así poder afrontar los gastos que se les demanda.

Es por este mismo poder adquisitivo, que los residentes de La Molina optan, en gran porcentaje, por contar con servicios de nanas, amas de llave o empleadas domésticas para ayudar en las labores de la casa o incluso en la crianza de los niños. Como consecuencia, el distrito de la Molina se encuentra con un gran porcentaje de familias con poca relación padre – hijo.

# Comunicación

## DEFINICIÓN

De Fleur (1982) que los orígenes del lenguaje humano se pierden en las nieblas de la prehistoria, pero las conjeturas más fundadas sugieren que nuestros remotos antepasados eran animales comunicantes que vivían en pequeñas bandas, hace millones de años. En algún momento comenzaron a utilizar instrumentos simples y a desarrollar una primitiva división del trabajo, basada en la especialización de tareas.

Suponemos que ya entonces la comunicación desempeñó un papel fundamental para definir los papeles atribuidos a las diversas personas en ese esquema de organización social y para transmitir a la siguiente generación el conocimiento acumulado en el grupo. En otras palabras, los primeros seres humanos fueron probablemente tan dependientes de la comunicación tanto para mantener

su estructura social como para socializar a los jóvenes así como nosotros los somos hoy.

Por otro lado, Serrano (2007), en su estudio sobre los orígenes de la comunicación explica que la comunicación es un tipo de interacción que está inicialmente al servicio de las necesidades biológicas. La especie humana con el transcurso del tiempo logra poner la comunicación al servicio del conocimiento al incorporar los recursos y la organización de las sociedades a la producción comunicativa. Con esto, se puede decir que el uso de la comunicación surge no sólo por las necesidades biológicas como se mencionó anteriormente, sino además porque la comunicación es un factor esencial de supervivencia humana: De sus costumbres, ritos, tradiciones sociales, tradiciones culturales, la historia y hasta la misma política de cada nación o grupo de personas.

## FORMAS DE LA COMUNICACIÓN

### Comunicación verbal

La comunicación verbal puede ser tanto oral como escrita. Además, la autora desarrolla la idea de que la comunicación entre las personas es importante por un gran número de razones; como por ejemplo el acceso y el intercambio de información, la discusión abierta de ideas y la negociación de desacuerdos y conflictos. En nuestra sociedad, la comunicación ha tomado un rol muy importante y trascendental no solo para la especie humana en concreto, sino que también para todo lo que la rodea; tal es el caso de las costumbres, las tradiciones sociales, los ritos, las tradiciones culturales, la propia historia, entre otras. (Fajardo, 2009).

La sociedad en su conjunto tiene acceso a la comunicación verbal y a un gran repertorio de herramientas lingüísticas que se direccionan en las diferentes formas en las que se hace uso de la lengua al momento de entablar contacto con los demás. Así es como en cada país, ciudad, etnia, etc. contiene una forma muy particular de realizar comunicación verbal. En cada oportunidad en la que se hace uso de la lengua, en forma oral o escrita, se lleva un ejercicio social que tiene como finalidad dar a conocer algo. Es así como una de las características que se le atribuye a la lengua, y quizás la más importante, es ser el nexo que ayuda a comunicar algo a alguien, con la finalidad de compartir con ese alguien una idea, pensamiento, sentimiento o reflexión de nuestro mundo interno o de algo que sucede a nuestro alrededor. Se pueden transmitir tanto experiencias, descripciones o eventos visibles o tangibles del mundo exterior como también temas intangibles del yo interior (sentimientos, creencias, actitudes, deseos, etc.).

La lingüística, a lo largo de su historia, ha sido tratada de explicar por diversas posturas teóricas que buscan enriquecer y evidenciar la manera en que se da el proceso de comunicación. Dichas teorías han ayudado a

“La comunicación se ha convertido en un factor esencial de supervivencia de las costumbres (...) de cada nación o grupo de personas.”

esclarecer el concepto y muestran que, definitivamente, la comunicación implica no solo procesos más allá de la codificación y la descodificación, sino que también cada uno de sus elementos ayuda a conducir directo al objetivo primordial de la comunicación, que es: transmitir algo a otro. Además, no se puede ignorar que finalmente la comunicación transforma los entornos físicos y cognoscitivos del interlocutor y, por su lado, el oyente construye representaciones similares a las de quien emite.

Asimismo, existen la comunicación gráfica y las ilustraciones que son complemento para la comunicación de tipo verbal. Esto se refiere a los apoyos gráficos que se utilizan tanto para apoyar un mensaje como para transmitir una idea completa. Las organizaciones utilizan diagramas de avance, mapas, logotipos, iconos y otro tipo de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante combinar las ilustraciones con palabras bien seleccionadas para lograr el

éxito de la comunicación. De igual manera, las fotografías, pinturas y similares obras de arte tienen una función de comunicar por sí mismas, por medio de la imagen que transmiten. La ciudad entera con su rica variedad de señales de tránsito, algunas sin una sola palabra, es un buen ejemplo de la comunicación gráfica.

### Comunicación no verbal

The McGraw Hill Companies (2012), indica que este tipo de comunicación puede evidenciarse claramente de tres maneras:

- La formada por los gestos, manos, posturas, miradas, etc.
- El tono de voz, velocidad de hablar, etc.

(por ejemplo, llevarse las manos a la boca se relaciona con tener hambre).

- Los usos, los actos no verbales se pueden emplear para realzar, repetir o ilustrar un mensaje verbal. Pero a veces, puede no tener relación con el mensaje oral o, incluso, contradecirlo. Por ejemplo, al hablar por teléfono es frecuente hacer gestos, de forma inconsciente, aunque nuestro interlocutor no nos esté viendo. Por el contrario, si en una conversación cruzamos los brazos puede deberse a que la persona tenga frío y no tiene relación con la conversación que se está manteniendo en ese momento.
- Codificación, se trata de la relación entre el signo y su significado, de los actos no verbales puede ser: (i) Arbitraria (cuando el acto no verbal no se parece en nada a los que ese acto significa. Por ejemplo: cruzar los

Una de las funciones que se le atribuye a la lengua, es servir de vehículo para comunicar algo a alguien, para compartir con ese alguien nuestros pensamientos acerca de algo

- Distancia personal que se necesita para sentirse seguro. (Dependerá de los interlocutores y las circunstancias en las que se encuentren).

- Los signos o señales que forman la comunicación no verbal varían según el contexto. Ekman y Friesen, estudiosos de la comunicación no verbal, establecieron tres variables que influyen en los actos no verbales: el origen, los usos y la codificación.

- El origen, puede ser fisiológico, esto es, que las impone el sistema nervioso o puede ser fruto del entorno en que se mueva: la cultura, las creencias o los hábitos sociales

dedos índice y corazón para desear suerte. (ii) Icónica (cuando el acto no verbal se relaciona con su significado). Por ejemplo: cerrar el puño y levantarlo violentamente para amenazar con golpear a una persona.

## ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

### Emisor/Receptor

Se define al emisor y al receptor como dos individuos indispensables para que exista comunicación: Uno hace el trabajo de transmitir la información y el otro de decodificarla.



Sin embargo, la sociolingüística, señala que además del emisor y el receptor se debe tener en cuenta un tercer factor: la fuente nuclear o como podría entenderse, el contexto. Este conocimiento que surge tras entender la realidad de la situación y datos importantes del emisor, forma parte del proceso comunicativo también y emiten un mensaje tácito durante todo el proceso. En cuanto al receptor, se emplea el término blanco nuclear para resaltar al individuo que es el verdadero oyente (ya que se entiende que no todos los que escuchan el mensaje del emisor participan directamente del proceso comunicativo).

Por otro lado, existe una crítica al carácter unidireccional que tradicionalmente se le ha atribuido a la relación emisor mensaje-receptor; en cambio, considera que la construcción del mensaje siempre está atada al conocimiento previo que se tiene del receptor, de tal forma que el mensaje que se construye es producto de tal conocimiento, así como de las necesidades y las expectativas que el receptor tiene frente al mensaje que el emisor le proporciona. Por ende, para que la comunicación tenga éxito, es importante saber quién es nuestro interlocutor y qué expectativas se tienen frente

al discurso. También, juega un papel importante el grado de empatía que exista entre los interlocutores: cuanta más confianza y conocimiento, menos distancia comunicativa. Así la lengua reflejará menos tensión y más emotividad. (Todorov, 1981).

Asimismo, se puede observar que la jerarquía entre individuos plantea un distinto tipo de comunicación. La manera de emitir y decodificar mensajes en medio de relaciones verticales se encuentra asociado con el poder de un participante respecto de otro. Estas relaciones se analizan a partir de las características inherentes y de los roles sociales. Las características inherentes son propiedades que se refieren a rasgos como la edad o género. En algunas sociedades, la edad, por ejemplo, se exigen maneras particulares de comportamiento, como cuando los más jóvenes tienen que hacer una venia antes de dirigirse a los más viejos, o cuando no pueden mirar a estos a los ojos en el intercambio; el rasgo del género también establece rangos en la escala de jerarquía, otorgándole a la mujer, por lo general, el lugar que exige una mayor sumisión.



## COMUNICACIÓN DE ACUERDO AL GÉNERO SEGÚN LAKOFF

### MUJERES

Son más corteses, emplean más actos de habla indirectos, y su contorno entonativo es más variado.

### HOMBRES

No suelen emplear diminutivos ni eufemismos.

### MUJERES

Son fácilmente interrumpidas en su discurso

### HOMBRES

Emplean menos recursos no verbales como gestos, postura, etc.

### MUJERES

Cuidan más sus palabras, para no caer en agramaticalidades o fallas en la comprensión.

La relación de jerarquía también se refleja en los roles sociales; a partir de este aspecto se miden las relaciones de poder, es decir, las relaciones que se establecen entre jefe y empleado, médico y paciente, cliente y camarero, pasajero y taxista, por mencionar algunas, las cuales se reflejan en el empleo de la lengua. Así, en las sociedades estratificadas de manera marcada, los jóvenes pueden tener vedado el empleo de ciertas expresiones, o estar obligados a usar otras según la edad de su interlocutor. (Escandell, 2005)

Lakoff (1990), señala que el uso de la lengua también está marcado por algunas diferencias de género, que se reflejan en los siguientes aspectos:

- El contorno entonativo de las mujeres es más variado que el de los hombres.
- Las mujeres emplean los diminutivos y los eufemismos más que los hombres.
- Las formas expresivas como los adjetivos, los adverbios y las expresiones evaluativas son más empleadas por las mujeres que por los hombres.
- Las mujeres emplean más actos de habla indirectos que los hombres, y son más corteses que estos.
- A las mujeres se les interrumpe en su discurso con más facilidad que a los hombres
- En su comunicación, las mujeres emplean los recursos no verbales más que los hombres.
- En comparación con los hombres, las mujeres cuidan más las construcciones que emplean, para no caer en agramaticalidades o fallas en la comprensión.

### El código

Usualmente se toma en cuenta el hecho de que la comunicación depende del proceso de codificación de un mensaje por parte del hablante, y de decodificación de aquel por parte del oyente. Este doble proceso exige que ambos individuos se posean conocimientos del idioma hablado, el significado de las frases en concreto, así como la estructura y el contexto del mensaje emitido. Estos detalles permiten afirmar que el proceso de codificación/decodificación no solo requiere simplemente de un conocimiento de la lengua en cuestión. Ahora bien, para que el mensaje llegue correctamente al receptor, se debe cumplir una condición: compartir un código lingüístico, el cual es necesario pero

no suficiente, pues en ocasiones los individuos encuentran diferencias e incluso dificultades para comprender cabalmente el mensaje que, en su misma lengua, emite alguien de una región diferente de la suya.

Además el código tiene dos vertientes: la verbal y la no verbal. La mayoría de estudios se limitan al código verbal, por cuanto este caracteriza en esencia a una comunidad en la medida en que abarca no solo el idioma hablado por ese grupo, sino sus características fonológicas, morfológicas, sintácticas, semánticas e, incluso, pragmáticas particulares, conocidas y compartidas por los hablantes de una misma lengua. (Fajardo, 2009)

Teniendo en cuenta que el código es un hecho social y responde a unas necesidades comunicativas específicas, este se adapta a las circunstancias comunicativas en las que está inmerso el hablante, lo cual hace que el código varíe y oscile de estructuras bastante formales a estructuras muy informales, dadas las restricciones que plantean las instituciones en las que los interlocutores se mueven. Por ejemplo:

- Un joven a otro joven de habla inglesa escribe “BRB”, en inglés esas siglas significan “Be Right Back” (Traducido al español: Ya regreso). Un código muy usado y común entre los jóvenes de habla inglesa. Ambos jóvenes entienden el significado de estas siglas y se produce una comunicación efectiva.
- Sin embargo, en otro contexto, un joven a su padre necesita escribirle lo mismo. En esta ocasión, el joven no podrá usar las siglas anteriormente enunciadas debido a que es muy posible que su padre no maneje el mismo código y mejor se lo escribe en un código que sí maneje.

Los jóvenes hoy en día manejan diferentes tipos de códigos que, generalmente, sólo se maneja entre ellos y no es entendible por personas usualmente mayores a ellos debido



a falta de información.

Otro ejemplo se puede observar día a día en los hospitales o clínicas donde los doctores hablan entre ellos con palabras técnicas y específicas. Claramente existe un código que ellos manejan debido a años de estudio. Sin embargo, cuando un doctor habla con su paciente necesita cambiar su código a uno más simple y claro teniendo en cuenta que es muy probable que su paciente no maneje el mismo código que él debido a que no ha estudiado medicina.

Estas restricciones se manifiestan en el transcurso de la conversación, en ocasiones será necesario explicar el código y otras simplemente cambiar el código. No obstante, hay mucho más que el código dentro de un proceso de comunicación efectivo. Es así como la forma como se expresa el mensaje, el contexto comunicativo y la entonación es más

# EX PRE SA

**La comunicación nos debe conducir a expresar y reconocer intenciones, se debe ir más allá de lo codificado.**

que un proceso de codificación y descodificación, ya que no siempre lo más importante es reconocer las estructuras del código sino la intensión.

Uno de los procesos más importantes se encuentra en que el receptor sea capaz de trascender el código y descubrir si en esa comunicación hay una advertencia, una amenaza, una enseñanza, un consejo, una orden, etc.; en otras palabras, una intención, pues la comunicación, además de darnos la oportunidad de codificar y descodificar, nos debe conducir a expresar y reconocer intenciones, a realizar procesos inferenciales que nos permitan ir más allá de lo codificado (Grice, 1989).

El contexto comunicativo y el sistema de creencias compartidas por el hablante y el oyente juegan un papel esencial en el proceso de interpretación del significado del hablante. Las mismas palabras pueden significar cosas distintas de acuerdo a la intensión del emisor. Los procesos de análisis sintáctico son mecanismos cognoscitivos que median entre la recuperación del significado léxico y la interpretación del significado oracional (Belinchón et al, 1992).

En otras palabras, existe un proceso mental para relacionar nuestros conocimientos con el significado y verdadero significado de lo que nos dicen.

## La intención del hablante

Para desarrollar este punto es importante conocer tres aspectos cruciales dentro del proceso de descifrar la intención del hablante:

- El sintáctico, concerniente a la estructura de las oraciones.
- El semántico, que se relaciona con el significado de las palabras y las oraciones.
- El fonológico, que, además da la posibilidad de organizar los enunciados a partir de una serie de fonemas y realizaciones de estos, característicos del código en que ciframos la comunicación, nos muestra cualidades del sonido como el timbre, el tono y la duración, las cuales nos brindan información del hablante: edad, sexo, estado de ánimo; esta información, sumada a otras marcas supralingüísticas como la entonación y la velocidad de emisión, nos da parámetros para detectar y

determinar la intención del hablante al realizar un acto de habla, y para comprender con eficacia la comunicación (Fajardo, 2009).

Si se quiere entender la intención del hablante es importante reconocer y tener en cuenta todo el contexto. La inferencia ocurre tras el análisis todos los factores involucrados. Para esto el receptor debe tener suficiente comprensión del contenido lingüístico y además conocimiento extra lingüístico (conocimiento del comportamiento del emisor, contexto de la situación, percepción de la intensidad en la entonación, lectura de emociones, etc).

### El mensaje

El mensaje es la información que el emisor transmite al receptor. El emisor combina los distintos aspectos del código de tal manera que expresen de manera eficiente lo que desea comunicar. En otras palabras, el mensaje es la conclusión resultante de la interpretación del código.

En un esquema de comunicación tradicional, el mensaje se considera tan esencial como los interlocutores; es el nexo entre estos y siempre tiene un referente. En muchos casos, el mensaje está asociado con una realidad externa; en otros, se refiere a una emoción o, simplemente, tiene que ver con

acciones en las que el referente no es tan evidente como sucede al saludar o insultar; por tanto, en vez de referente, debemos hablar de representaciones internas, es decir, representaciones que el individuo ha forjado a partir de la experiencia que ha tenido tanto del mundo externo como del mundo interno, tanto del mundo de la objetividad como del mundo de la subjetividad (Fajardo, 2009).

Existe un inicio para la elaboración del mensaje y este se encuentra en como las personas representan lo que les rodea. Según Luz Fajardo, las personas no hablan de las cosas como son en realidad, sino que las describen de manera individual y particular ya que cada uno representa la realidad dependiendo de sus propias experiencias.

Las representaciones internas son conjuntos de proposiciones que detallan el modo en que conceptualizamos el mundo que nos rodea, los otros individuos y la relación que tenemos con ellos, y nuestras propias intenciones, deseos y creencias. (Escandell, 2005).

Esas representaciones no son constantes, en tanto la persona no es constante, es así como dichas representaciones pueden expandirse, afianzarse, debilitarse, extinguirse y ser cambiadas por otras totalmente distintas.

La generación del mensaje debe tener en cuenta, dentro de varios detalles, el género, la edad, la clase social, la educación y relación social de quienes intervienen en la comunicación. Asimismo, el mensaje tiene unas características particulares según su carácter público o privado e institucional o personal. Para dar un ejemplo, un mensaje privado se construye teniendo en cuenta la relación entre el emisor y el receptor. Existen varias variables pero en la mayoría de los casos suele ser poco formal sin embargo, en un mensaje institucional se debe guardar un estilo formal en todo momento.

Los usuarios del lenguaje utilizan activamente los textos y el habla no solo como hablantes, escritores, oyentes o lectores, sino también como miembros de categorías sociales, grupos, profesiones, organizaciones, comunidades, sociedades o culturas. (Van Dijk, 2000).

### El canal

Generalmente se entiende al canal como el medio físico a través del cual el emisor transmite un mensaje a su receptor, cuya función principal es hacer posible el contacto entre el hablante y el oyente. Sin embargo, el canal debe tener presente, además, la actitud y la disposición de los interlocutores entre sí y con respecto al acto mismo de comunicación.

Vale decir, por ejemplo, que no sirve enviar un mensaje si la disposición del receptor es negativa; si este considera que su interlocutor no está a la altura de lo que espera; si lo que se está diciendo es poco fiable; si no se tiene un conocimiento mínimo del receptor, de tal manera que el mensaje esté construido para él, con base en unas estructuras semánticas, sintácticas, fonológicas y pragmáticas acordes con su nivel de conocimiento del código y que vehiculen un mensaje que sea de su interés y llene efectivamente sus expectativas comunicativas.

Lo más importante en el canal, entonces, no es el medio físico del mensaje, sino la función que este debe cumplir en tanto elemento de contacto entre el emisor y el receptor.

### El objetivo de la comunicación

Usualmente la comunicación va direccionada a generar en el receptor algún tipo de cambio de conducta o al menos a generar en él un impacto emocional que lo lleve a ese cambio.

Estas posibilidades están relacionadas con el poder de influencia que tenga el emisor hacia el receptor, del nivel de veracidad y confiabilidad que genera uno hacia el otro y también de la manera como estos factores se decodifican e interpretan en la mente del receptor.

La misión de un mensaje es regular la conducta, lograr que el otro piense e, incluso, haga lo que su hablante desea. En esto radica la persuasión y hasta la manipulación que el hablante

“La misión de un mensaje es regular la conducta, lograr que el otro piense e, incluso, haga lo que su hablante desea.”

puede ejercer sobre el oyente, la cual está directamente relacionada con aspectos que ya han sido mencionados como la edad y las relaciones de poder (Vigotsky, 1970).

El análisis se debe concentrar, entonces, en la acción que surge como respuesta del receptor a una emisión determinada. , pues ésta no es otra cosa que la consecuencia directa de la interpretación que el receptor hace de los actos de habla enmarcados en unas condiciones comunicativas, sociales e históricas determinadas. Por eso podemos afirmar que la lengua y su uso patentan los intereses, el poder, los deseos y las emociones; el uso de la lengua busca moldear, cambiar, construir y reconstruir el mundo, donde se enmarcan las acciones a través de las palabras, las estructuras y los mecanismos extralingüísticos que las acompañan. (Fajardo, 2009)



# NECESIDAD

## FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación puede tener diversos usos dentro del día a día. Eduardo Amorós (2007) señala en su investigación que existen cuatro funciones de la comunicación:

### Control

Es común ver como en distintas áreas de la vida, tanto el hogar, en el centro de estudios o en lugar donde una persona labora existen siempre personas que tienen la autoridad de decirle a otras como deben comportarse. Ya sea por una autoridad ganada o impuesta, este tipo de personas pueden utilizar la comunicación como medio de control enviando mensajes de advertencia o recordatorios de cómo deben actuar en distintas circunstancias. Incluso la comunicación escrita como carteles informativos o de advertencia cumplen la misma función de control que las personas con autoridad.

Por ejemplo: Dos personas buscando el baño en un centro comercial encuentran una habitación que dice "Solo personal autorizado". Ambos saben que es un mensaje proveniente de la administración del local y no entran en dicha habitación.

### Motivación

La comunicación como bien se ha dicho anteriormente, en la mayoría de los casos busca generar en el receptor un cambio de en su actitud frente a la realidad inmediata. Es así como un mensaje puede elaborarse de tal manera que

## El ser humano es un ser social, y esto lo lleva a la necesidad innata de querer comunicarse.

transmita emociones y lleve al receptor a aceptarlas como suyas y motivar de esta manera su conducta hacia la dirección que pretende el emisor. Para esto el emisor debe tener un amplio conocimiento y dominio del lenguaje y la psicología motivacional para poder saber que decir, como decirlo, cuando decirlo y donde decirlo.

Por ejemplo, un jefe que sabe que uno de sus empleados tiene una enfermedad grave podría decirle: "La empresa y el equipo te apoyarán económicamente y en todo lo que necesites durante toda tu enfermedad, no te preocupes".

### Expresión emocional

Por otro lado, la comunicación también existe en la sociedad como un elemento de catarsis. Es bien sabido que el ser humano es un ser social, y esto lo lleva a la necesidad innata de querer comunicarse. En muchos casos la comunicación es una herramienta social que ayuda al individuo a conectarse con otras personas, a expresar sus ideas y emociones con el fin de reafirmar su estima o generar cambios en su sociedad.

Por ejemplo: Un niño acaba de tener una pesadilla, aún temeroso se acerca a sus padres y les comenta lo experimentado y así se libra del miedo

### Información

Día a día las personas transmiten información unas a otras. Puede ser información relevante o no para el receptor pero al fin y al cabo se transmite dicha información. Asimismo la comunicación sirve para perpetuar la transmisión de la información. Es así como a través de los años, el conocimiento adquirido sigue siendo utilizado a pesar de que los emisores iniciales no estén más. Pinturas, libros, audios, etc. son fuentes de información que se pueden seguir usando a través de generaciones.

Por ejemplo: Alumnos de universidad tomando apuntes de los conocimientos brindados por un profesor.

## COMUNICACIÓN Y LA FAMILIA

### Importancia

Cuando la familia utiliza medios de comunicación funcional se logra: La responsabilidad de la sociabilización de los niños, se satisfacen las necesidades emocionales de sus miembros, se mantiene la relación conyugal y se participa activamente en la sociedad; en resumen una familia funcional usa la comunicación para crear y mantener relaciones benéficas para cada uno de sus miembros (Abarca, 1981).

Sin embargo, es común observar constantes de comunicación familiar que no siempre son los mejores y esto lleva a un inmediato deterioro del núcleo familiar. Los problemas de comunicación envuelven factores emocionales: ansiedad y temores a acercarse, diferenciarse, a estar lejos, a ser heridos o a herir. Todos estos pueden afectar tanto a los padres como a los hijos y definitivamente al correcto desenvolvimiento de cada uno de ellos en sus vidas dentro y fuera del hogar.

### Los retos de la comunicación en la familia

Bertha Antolínez (1991) señala que el reto para la familia es lograr una comunicación funcional entre ellos. Este tipo de comunicación es complicada de conseguir; Satir dice: "El emisor funcional expresa firmemente sus ideas, clarifica lo que dice, pide confrontación, es receptivo a la respuesta recibida" (Satir, 1975). Cada uno de estos elementos es básico en la comprensión de una comunicación sana.

## CONSEJOS PARA UNA BUENA COMUNICACIÓN FAMILIAR

### CLARA

Expresa lo que se quiere y necesita tal y como se quiere y necesita.

### CONGRUENTE

El mensaje es acompañado por actitudes o gestos que dicen o expresan lo mismo.

### OPORTUNA

Es decir lo que quiere, siente y necesita en el momento preciso.

### RETRO-ALIMENTACIÓN

Respuesta por medio de gestos, palabras, actitudes; enviada por el receptor del mensaje

### VERIFICADORA

Confronta y asegura que el mensaje sea recibido tal y como fue enviado.

Cuando una persona se comunica expresa algo y quien recibe el mensaje puede responder en forma verbal o gesticulada o ambas a la vez; en este caso deben ser congruentes la respuesta verbal con la gesticulada (Antolínez, 1991). De lo contrario generaría confusión en el receptor. Por ejemplo: Decir verbalmente que no estás molesto pero tener el ceño fruncido.

Además, se pueden comunicar varios grados de intensidad; estas pueden ser definidas como la habilidad de comunicación de sentimientos, deseos y necesidades en la misma forma en que se están experimentando. Por ejemplo: Al decir "dame ese lápiz" de manera calmada y con una sonrisa es muy diferente que decirlo de manera brusca y con el ceño fruncido.

### Consejos para una buena comunicación familiar

Lo mejor es comenzar por practicar una comunicación afectiva, que está compuesta de mensajes verbales y no verbales como: Gestos físicos de tocar, acariciar, asir y mirar. Las expresiones físicas de afecto en la niñez son esenciales al desarrollo de

respuestas afectivas normales. La mayoría de los factores de comunicación funcionales contienen mensajes verbales y no verbales congruentes, con predominio de una forma sobre otra, dependiendo de las necesidades de los miembros de la familia, en un momento determinado. (BOWLBY, 1968).

Como parte de una comunicación afectiva sana, los miembros de una familia necesitan ser capaces de disfrutar de sí mismos y de otros. Cuando su respuesta es tranquila, espontánea y sincera, en vez de controlada, repetitiva y prevenida; el disfrute puede ser real. Bertha Antolínes (1991) desarrolla algunos consejos para los padres:

— **Clara:** Vale decir, que se expresa lo que se quiere, se siente y se necesita tal como se quiere, se siente y se necesita. Ejemplo:

*“Necesito que me acompañes al estadio de fútbol”; “Me siento feliz por tu presencia”; “Necesito estar sola ahora”; “Me siento enfermo ahora, me gustaría tu compañía.”*

— **Congruente:** El mensaje verbal va acompañado de gestos y actitudes que dicen lo mismo, de esta forma quien escucha y observa capta un mismo mensaje y se evita conflictos en la decodificación. Ejemplo:

*“Me enorgullece que saques buenas notas”; “Me alegra que llegues temprano a casa”; “Estoy molesta contigo porque no hiciste tus deberes.”*

Como se mencionó anteriormente las dos primeras frases van acompañadas de comunicación no verbal de satisfacción o agrado y la última de disgusto.

— **Oportuna:** Consiste en decir lo que se quiere, siente y necesita cuando lo quiere, lo siente y lo necesita, teniendo en cuenta los recursos disponibles y aprovechando la disposición y el estado de ánimo de quienes escuchan:

*“Gloria le dice a su novio, un día que él se encuentra libre, después de almorzar: - Me gustaría conversar y analizar los resultados académicos de nuestros hijos.”*



En el ejemplo anterior, la esposa busca el mejor momento para iniciar una conversación un tanto complicada y que necesita dedicarle mucho tiempo de discusión.

— **Verificadora:** Confronta y confirma que el mensaje recibido es el mismo que le fue enviado; para ello recibe, analiza y explora. Ejemplo:

*Un padre muy observador le dice a su hijo: “Hijo, ¿Porque tan callado?”  
-Hijo: “Lo que sucede es que la tarea que me dejaron en el colegio está muy complicada.”  
-Padre: “Observemos esos problemas juntos.”  
-Hijo: “Míralos, de verdad que son muy complicados. No los puedo resolver.”  
-Padre: “Cuéntame. Este problema de aquí ¿En que se te dificulta?.”*

anteriormente mostrado, el padre identifica los factores que pueden estar influyendo en el comportamiento observado a su hijo y verifica el aspecto concreto de la dificultad.

“ Las expresiones físicas de afecto en la niñez son esenciales al desarrollo de respuestas afectivas normales. ”

— **Retroalimentación:** Quien comunica en una interacción funcional espera respuesta de quien le escucha por medio de gestos, palabras, actitudes; mediante estas respuestas verifica si el mensaje enviado fue recibido con la misma intención. Por ejemplo:

*-Martha le dice disgustada al esposo: “Juan me molesta mucho tu desorden; ¿podrías ser más ordenado?.”  
-Juan: (tranquilo) “¿Cuál desorden?”  
-Martha: “Tu pijama en el baño.”  
-Juan: “Gracias por recordármelo, ya la recojo.”*

En otro ejemplo:

*-Fabio le dice a Roxana, su hermana: “¿De casualidad has visto mi celular?.”  
-Roxana: “Sí, lo dejaste en la mesa de la sala.”  
-Carlos: “Gracias.”*

En los ejemplos anteriores el mensaje fue recibido y el fin de la comunicación se logró. A través de la interacción, las necesidades afectivas de los miembros de la familia se llenan, las inquietudes se expresan, las tensiones disminuyen, el individuo encuentra en la familia comprensión, satisfacción, descanso, apoyo y la importancia y el valor que merece como persona.

La retroalimentación permite percibir el efecto de la comunicación. Las familias con patrones funcionales de comunicación valoran la libertad, la espontaneidad de expresión, hay mutuo respeto por los sentimientos, comportamiento e intereses. Hay autenticidad y apertura; la familia es capaz de discutir sobre diferentes temas personales y sociales; entre más funcional sea la familia hay más posibilidades de comunicación abierta. Es importante señalar que sólo se han mencionado algunos de los elementos que contribuyen a que la comunicación sea funcional; esos mismos elementos mal empleados llevan a la comunicación disfuncional.

# Ausencia parental

## TIPOS

María Calvo Charro, Investigadora de la universidad de Harvard, detalla en su trabajo (Calvo, 2014), los siguientes tipos de ausencia parental:

### Ausencia física

Esta ausencia puede darse debido a muerte o alejamiento del padre o madre biológico. También se refiere a la muerte o alejamiento del tutor o tutores sustitutos que ciertamente representan. padres para los niños.

### Ausencia psicológica

Este tipo de ausencia se da en los casos de que a pesar de que el padre o la madre se encuentren presentes físicamente, el niño no los percibe como tal ya que para el niño, son sólo individuos que viven con él y no representan paternidad desde su punto de vista.

### Ausencia no buscada

Se da en los casos de que los padres estén presentes; sin embargo por su falta de conocimientos, capacidad,

experiencia, entre otros; no llegan a representar el papel de padres por más que intenten.

## CONSECUENCIAS

### Desintegración del vínculo Padre-hijo

El vínculo Padre-Hijo así como toda relación entre personas necesita dedicación. Si existe una ausencia total o parcial de parte de los padres hacia los hijos, en consecuencia habrá un distanciamiento que podría terminar en ruptura emocional de dicho vínculo. Usualmente en las familias de la Molina, entre los padres y los hijos existen intermediarios: El servicio doméstico (que en ocasiones asume el rol de crianza), profesores (que representan más autoridad que los propios padres), psicólogos (que batallan con los problemas emocionales de los niños), entre otros más en los que los padres usualmente se apoyan para criar a sus hijos. El poder económico de la mayoría de las familias en el distrito de la Molina les da a los padres la posibilidad de tercerizar su propia labor de crianza y como consecuencia la desintegración del vínculo padre hijo se acentúa cada vez más.

### Secuelas psicológicas

La ausencia de uno o más de los padres pueden llegar a definir la estabilidad psicológica de los niños. Ambos padres son los pilares de la familia y la falta de uno de ellos definitivamente rompe el equilibrio.

En algunos casos, cuando los hijos tienen una personalidad fuerte y una mentalidad estable, la ausencia de uno de los padres (en cualquiera de las modalidades: física, mental, etc.) puede que se sobrepongan fácilmente a esta ausencia. Sin embargo, aquellos hijos con una personalidad aún inestable (en general los de edad escolar, más aún pre escolar), son obstaculizados emocionalmente desde temprana edad y llevan secuelas de por vida. Estas secuelas se presentan en forma de ansiedad, falta de confianza, depresión, bajas habilidades sociales, etc.



### Secuelas conductuales

Las consecuencias de la ausencia parental pueden generar conductas a futuro negativas. Desde conductas retraídas por la falta de presencia parental hasta conductas rebeldes por la misma razón. Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los delincuentes se encuentran profundamente relacionados a eventos de ausencia parental en sus familias y así mismo las personas que tienen conductas suicidas o autodestructivas.

# Fotografía

## ETIMOLOGÍA Y DEFINICIÓN

El término fotografía es construido del griego y se trata de dos palabras: "Foto" + "Grafía".

— **Foto:** Del griego Phos (se lee "fos") y traduce "luz". Este prefijo genera muchas otras palabras en castellano, por ejemplo, "fotogénico".

— **Grafía:** Del griego "Graphis" y "Graphos". Se traduce como "diseñar", "escribir" (se puede definir el término escribir como la acción de graficar símbolos que llamamos "letras"), así como "graficar" y "dibujar". Múltiples palabras en castellano derivan de esta palabra griega: caligrafía, graficar, impresora gráfica.

De la combinación de ambas partes podemos otorgarle un significado más cercano al idioma original: "escribir o grabar con la luz".

"Un objeto producido por la mano humana, en cierto dispositivo y siempre para transmitir a su espectador, de forma simbolizada, un discurso sobre el mundo real." (Aumont, 1992).

**FOTO + GRAFÍA:**  
"escribir/grabar  
con la luz".

## HISTORIA

Cora Gamarnik señala en su investigación (Gamarnik, 2011) que si bien Joseph Nicéphore Niepce figura como el inventor de la fotografía y Louis Daguerre como el inventor de los daguerrotipos, en realidad se dio una intensa lucha por determinar quién había sido verdaderamente el inventor de la nueva técnica. En Inglaterra Fox Talbot patentó la fotografía en 1841 con el nombre de kalotipo (de kalos: bello). En su libro de fotografía "The pencil of Nature" (1844) cuenta que la idea de la fotografía se le ocurrió en 1833, durante una excursión a Italia (qfalta la referenciaue se había vuelto obligatoria para los herederos ricos de Inglaterra como él), mientras hacía bocetos en el Lago di Como, con ayuda de una

cámara oscura, un aparato que proyectaba la imagen pero no la fijaba, se le ocurrió pensar en una máquina que no sólo proyecte sino que fije las imágenes para que queden impresas perdurablemente.

"The Pencil of Nature", fue el primer álbum de imágenes originales con reseñas y explicaciones sobre las fotografías y sobre su procedimiento de fijación. Fue publicado en Londres en seis entregas, de junio de 1844 hasta abril de 1846 y constituye el precedente histórico de lo que consideramos hoy como catálogo de fotografías.

La fotografía tuvo su primera aparición entre la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, coronada por lo que fueron las revoluciones de 1848, período que algunos autores tildan "de la doble revolución". Fue en 1824, que gracias a la tecnología y la ciencia, por primera vez ciertas formas de trabajo creativo pudieron reproducirse técnicamente a precios bajos y a una escala sin precedentes. Por esta razón, la fotografía afectó en gran manera a la pintura inmediata y profunda. Se produjo una notable desvalorización de las artes tradicionales, que fueron las que tuvieron un efecto negativo de mayor consideración por el avance de la reproducción mecánica.

Se produce también un movimiento de "artes y oficios" reacción política ideológica anti industrialista, en gran parte socialista. Lo que no cabe duda es que como señala Hobsbawm: "Las artes visuales sufrieron un shock traumático: la competencia de la tecnología a través de la fotografía" (Hobsbawm, 2003).

La fotografía inventada en la década del '20 del siglo XIX y adoptada públicamente en Francia en la década del '30, se convirtió en un medio viable para la reproducción masiva de la realidad. Una vez que se instala, se incorpora a la vida cotidiana de manera omnipresente y se naturaliza inmediatamente su presencia.

Si bien es la forma de representación por excelencia de la burguesía en ascenso, la fotografía es aceptada por todas las capas sociales. La pintura al óleo, el retrato miniatura y el grabado comenzaron a desaparecer. De estos artistas y artesanos, que se quedan sin trabajo, surgen los primeros fotógrafos. Esto permitió que la fotografía tenga en sus inicios una mirada artística, elemento que los propios artistas que se veían amenazados por su presencia, rechazaran.

La primera impresión de la fotografía fue la de una máquina de copiar, como si cuando una persona operaba una cámara era la cámara la que veía. Muchas personas vieron la fotografía como un alivio en las tareas de copiar información, pero los pintores, especialmente los realistas, se opusieron ferozmente al ver en peligro su profesión. Aunque muchos artistas sí pudieron ver más allá de esta polémica.

Las primeras cámaras, fabricadas en Francia e Inglaterra a principios de la década de 1840, sólo podían ser operadas por inventores y entusiastas. No había fotógrafos profesionales ni aficionados y todavía no existía para la fotografía una función social definida. Era una actividad gratuita, artística, pero con pocas pretensiones de ser un arte. A partir de 1840 pintores y fotógrafos se influyeron y se saquearon mutuamente.

## TIPOS DE FOTOGRAFÍAS

A finales del siglo XIX, la fotografía desarrolló un papel importante en la astronomía. Desde ese entonces se han desarrollado muchas técnicas fotográficas especiales que constituyen instrumentos en un buen número de áreas científicas y tecnológicas. A continuación se especificarán algunas de las más importantes hoy en día:

- Fotografía comercial y publicitaria
- Fotografía artística
- Fotografías periodísticas
- Fotografía y cinematografía ultra rápidas
- Fotografía aérea
- Fotografía submarina
- Fotografía científica
- Fotografía astronómica
- Fotografías para microfilmación
- Fotografía infrarroja
- Fotografía ultravioleta
- Fotografía estereoscópica
- Macrofotografía
- Fotografía academicista
- Fotografía estética
- Fotografía antropológica

## PLANOS Y ÁNGULOS FOTOGRÁFICOS

### Planos

Los planos indican que porción de la imagen debe ir en la toma. Son una guía para realizar fotografías equilibradas y sirven para realizar fotografía con un tema o una intención. Ejemplo: Retratos, paisajes, etc. A continuación se mencionarán los tipos de planos más usados:

#### PLANO GENERAL LARGO

Los Planos Largos o planos generales largos son los que cubren un mayor ángulo de la escena que se va a fotografiar. Su función es mostrar una situación en que lo importante es la escena en su conjunto y no un detalle en particular. Muestra una gran proporción de visión.

En este tipo de plano, la persona u objeto puede quedar ausente o diluida en el entorno, más bien lejana. Además, es descriptiva, ya que, valga la redundancia, describe el general de una escena y abarca grandes cantidades de personas o de terreno como en los paisajes. Por otro lado, dependiendo de la intención del fotógrafo sirve para expresar por ejemplo soledad, silencio, caos y otros y da más importancia al contexto que a la figura.

#### PLANO GENERAL CORTO

Este plano se caracteriza por estar centrado en los individuos más que en el entorno (Ejemplo: fotografía de las vacaciones con el paisaje por detrás) Se puede observar el contexto en el que se encuentran los sujetos fotografiados, sin embargo no es lo principal.

#### PLANO GENERAL CONJUNTO

En este caso se reduce el campo visual y se restringe la zona en donde se encuentran los personajes por lo tanto permite visualizar con mayor facilidad los detalles de cada individuo o conjunto de objetos. Este plano toma a la persona completa.



#### PLANO ENTERO

En el plano entero se puede ver el cuerpo completo del objeto o sujeto fotografiado. La figura o persona empieza donde se terminan los bordes y termina de la misma manera.

#### PLANO MEDIO O DE CINTURA

Cabe en la categoría de retrato. Termina justo a la altura de la cintura. Se le da más importancia al sujeto, podemos intuir un estado emocional de la persona. El fondo para a ser secundario, la escena se centra en la persona. El personaje principal es la persona.

#### PLANO MEDIO CORTO

Fotografía de retrato centrada principalmente en la figura humana. El límite inferior de la fotografía va aproximadamente a la altura de las axilas o del busto. Permite que quien observa la fotografía se identifique emocionalmente con el sujeto.

#### PLANO AMERICANO

Se realiza el corte a la altura de las rodillas. Tiene su origen en las películas del lejano oeste para poder evidenciar el desenfunde de las pistolas sin perder el protagonismo del sujeto frente al fondo.

#### PRIMER PLANO

Óptimo para retratos de rostro. Agrandar el detalle. Elimina la importancia del fondo. Preferentemente de encuadre vertical para darle más protagonismo a la cara. El encuadre horizontal en este plano se utiliza para agregar ciertos detalles tales como manos.

#### PRIMER PRIMERÍSIMO PLANO

El rostro llena prácticamente la fotografía. Se ven detalles específicos de la piel. Desaparece parte de la frente del rostro y termina en la barbilla. Se acentúa la carga emotiva. Se centra solo en el personaje.

#### PLANO DE DETALLE (CLOSE UP)

Es el plano más cercano de todos. Aumenta la carga emotiva de la fotografía hasta su punto más extremo. Los detalles se agrandan al máximo. Muestra un detalle que en un plano normal pasaría desapercibido.

### Ángulos

Los ángulos son también conocidos como puntos de vista. En éste caso es el fotógrafo quién se posiciona para capturar

la escena. Una simple variante de ángulo de visión o de distancia puede producir un mensaje completamente distinto. A continuación se detallarán algunos de los ángulos más usados:

#### ÁNGULO PARALELO

Este ángulo logra que las proporciones del sujeto parezcan muy similares a la realidad ya que la distorsión de la perspectiva se anula. Para conseguir este ángulo se coloca la cámara en posición paralela al sujeto, es decir, ubicándola aproximadamente a la mitad de la distancia entre la cabeza y los pies.

#### ÁNGULO PICADO

Cuando el sujeto se encuentra por debajo del ángulo visual del fotógrafo y éste tiene que inclinar la cámara para incluirlo en el encuadre, es así como se realiza una toma en picada. Este ángulo de visión provoca una distorsión de la perspectiva, como cuando fotografiamos un niño pequeño, su cabeza se ve desproporcionadamente más grande que sus pies y nos da una sensación de inferioridad.

#### ÁNGULO CENITAL

La cámara se encuentra en una posición de extrema superioridad respecto al objeto o sujeto a retratar, de forma tal que prácticamente se encuentra en una perpendicular respecto del suelo y por sobre el sujeto. Si bien se utiliza para remarcar más aún esa sensación de vulnerabilidad mencionada en el punto anterior, lo cierto es que este ángulo también ofrece un panorama mucho más amplio creando una composición mucho más completa del sujeto y el entorno.

#### ÁNGULO CONTRAPICADO

Cuando el sujeto se encuentra por encima de nuestro ángulo visual y el fotógrafo tiene que inclinar la cámara hacia arriba para incluirlo en el encuadre, se está haciendo una toma en contrapicado. Este ángulo de visión provoca una distorsión de la perspectiva, como cuando fotografiamos un monumento en un parque, la base y los pies se ven desproporcionadamente más grandes que su cabeza y nos da una sensación de superioridad.

#### ÁNGULO NADIR

Así como el ángulo cenital es el extremo del picado, este es el extremo del contrapicado. Y tal como en el caso anterior, este ángulo se logra colocando la cámara en una perpendicular entre el suelo y el cielo pasando por el objeto o sujeto retratado. El resultado por consiguiente es intensificar la sensación de superioridad y dominancia del objeto. Este ángulo se reserva casi de manera exclusiva para la fotografía de edificios.

## USOS DE LA FOTOGRAFÍA

Durante el primer periodo de su existencia, la fotografía ofrecía una nueva posibilidad técnica: se trataba de una herramienta. Ahora bien, en lugar de ofrecer nuevas opciones, su uso se fue convirtiendo en algo cada vez más habitual (Berger, 1988).

“La fotografía ofrecía una nueva posibilidad técnica: se trataba de una herramienta. su uso se fue convirtiendo en algo cada vez más habitual.”

Muchos fueron los desarrollos que contribuyeron a esta transformación: La nueva industria cinematográfica, la invención de la cámara ligera, que hizo que el tomar una fotografía dejara de ser un ritual, el descubrimiento del fotoperiodismo, a partir del cual el texto empieza a seguir a las imágenes, en lugar de a la inversa y la aparición de la publicidad como una fuerza económica crucial (Sontag, 1977).

# RE TRA TA

Desde 1840, se observan distintas formas de aplicación de la fotografía en el marco de la construcción de la nueva sociedad burguesa y en la evolución de la misma sociedad a nivel mundial.

A continuación se verán algunos de los usos de la fotografía a lo largo de la historia (Gamarnik, 2011):

#### Retratos

La fotografía ofrecía por primera vez, la posibilidad de disponer de un retrato realista, rápido y efectivo. A través del retrato, la fotografía retoma la tradición aristocrática. Al ser menos costosa, nuevos grupos sociales acceden a esta tradición. En 1890, con el auge de las postales se revela lo mismo. Se fotografian los paisajes con los criterios prestados de la pintura y se eligen monumentos y lugares ya consagrados previamente. En este caso, la influencia del turismo, que se propagaba cada vez más, fue inmensa en el impulso de la tarjeta postal. Es así como los retratos tanto de personas como de paisajes se vuelven cada vez más rentables y habituales en esa época.

#### Tarjeta de visita

Las tarjetas de visita no son nada más ni nada menos que fotografías pequeñas que retratan momentos más que a personas inmóviles. Eugène Disderi era un hombre de negocios y logró captar las necesidades del momento.

Proveniente de una familia humilde vio que la fotografía sólo era accesible a unos pocos ricos. Como los altos precios se debían en parte a los grandes formatos, tuvo la idea de reducir el tamaño de la imagen, con lo cual se reducían los costos y se aumentaban las ventas. (Gamarnik, 2011)

#### Fotografía de patrimonio

Fotógrafos, escritores, científicos y aventureros emprenden viajes en busca de imágenes sorprendentes. Susan Sontag señala que 1850 fue la época del orientalismo fotográfico, del viaje aventurero y la visión de la realidad como una presa exótica (Sontag, 1981). La fotografía de patrimonio cobra cada vez más valor hasta el punto de realizar expediciones con el único fin de lograr imágenes cada vez más impactantes y reveladoras.

#### Usos científicos

Dominique François Arago visualiza tempranamente la potencialidad de los usos científicos de la fotografía y por su parte, el trabajo de Henry F. Talbot se dedicó a la documentación del patrimonio biológico. Los usos científicos se expandieron velozmente. Además de los ya mencionados sabemos que Daguerre mandó a construir un telescopio para fotografiar la Luna, cosa que logran hacer en 1890 E. Paul y P. Henry, astrónomos del Observatorio de París. (Gamarnik, 2011). Otros ejemplos muy conocidos son el de Auguste Sander quien inicia en 1911 un catálogo fotográfico del pueblo alemán y los estudios de Eadweard Muybridge quien crea el proyecto Animal Locomotion, utilizando la fotografía como método gráfico de análisis del movimiento, lo que se transforma luego en un antecedente del cine.

## Arte

La fotografía también se vio enseguida como un apoyo útil para el arte y así lo reconocieron muchos pintores como Delacroix y Renoir entre otros. (Gamarnik, 2011). Los artistas comenzaron a utilizarla como herramienta de trabajo, como fuente de información y recordatorio, como boceto, como sustituto del modelo o simplemente como motivo de inspiración. Una de las características que se destacan, es el cambio de punto de vista que la fotografía incentivó en el mundo del arte. Como muchos fotógrafos tomaban fotos desde lo alto, los pintores comenzaron a usar ese punto de vista. Del mismo modo, los defectos de la fotografía se transformaron en fuente de inspiración: la borrosidad de la visión y el desenfoque son elementos decisivos de influencia en el impresionismo.

## Postales y reproducción de obras de arte

En 1862, Adolphe Braun, un dibujante francés que se dedicaba a hacer flores y frutas para las fábricas de tejidos, se le ocurre fotografiar los dibujos de los museos para tener más motivos de inspiración. Comienza a hacer un trabajo metódico y por supuesto lo que encuentra en una gigantesca industria basada en la reproducción de obras de arte, que sigue siendo uno de los principales negocios vinculados al mundo del arte hasta hoy. En 1887, adquiere la venta exclusiva de las reproducciones del Louvre. Aparecen también en esta época los fotógrafos "héroes": Susan Sontag cuenta que Alfred Stieglitz, el famoso fotógrafo norteamericano, el 22 de febrero de 1893 resistió tres horas un temporal de nieve "esperando el momento oportuno" para tomar su célebre imagen "Quinta Avenida, invierno".

## Instrumento de vigilancia y control

Con la fotografía se inicia también la catalogación burocrática del mundo. Rápidamente se demostró su utilidad incriminadora y fue utilizada como un instrumento de vigilancia y de control, suministrando evidencias. Así fue usada por la policía para identificar a los obreros que lucharon durante la Comuna de París en 1871 que luego fueron asesinados. (Gamarnik, 2011)

## Política

En 1860, Mathew Brady tomó una foto que probó que la imagen tenía el poder de afectar acontecimientos. Su primer retrato de Abraham Lincoln fue la primera fotografía en la historia que influyó directamente en la elección del presidente de un país y lo hizo debido a un cambio en la distribución de las fotografías. Brady tomó esta fotografía el día en que Lincoln



llegó a Nueva York, desde su hogar en el corazón de Estados Unidos, para buscar la nominación presidencial del partido republicano. Casi nadie en la Costa Este sabía algo de él ni habían visto sus fotografías, pero se rumoraba que era muy feo. Freund señala que Lincoln era descomunadamente alto, contrahecho y su piel estaba muy arrugada (Freund, 1933).

Sus adversarios cantaban una canción que al final decía "Por el amor de Dios, no mostréis su retrato." La cara de un político era extremadamente importante entonces ya que los norteamericanos creían con firmeza que el rostro revelaba el carácter de las personas. Brady, antes de tomarle la fotografía elevó el cuello de la camisa de Lincoln para que se viera más corto, lo hizo posar de tal forma que se viera serio, digno y sabio y luego retocó las arrugas en el negativo. Le dio a Lincoln un buen carácter y una apariencia presidencial.

## Crítica social

La época en que surge la fotografía es la misma en la que se propaga "el fantasma que recorre el mundo": el surgimiento de un proletariado con conciencia de clase, crítica social y movimientos revolucionarios. Desde el inicio, la fotografía estuvo marcada por este contexto, demostró ser una fuente de crítica social y un arma de lucha para mejorar las condiciones de vida de los más pobres y ayudar a despertar conciencias.

Lewis Hine, a principios de siglo, fue designado fotógrafo del Comité Nacional sobre Trabajo Infantil. Sus trabajos sobre los niños que trabajaban en los molinos de algodón y en las minas contribuyeron a que se proscibiera la mano de obra infantil. "Quizá empecemos a cansarnos de ver fotos de niños en el trabajo - dijo Hine a los asistentes en muchas de sus conferencias- pero os propongo que cansemos a todo el país con este asunto de manera que cuando llegue el momento de llevar acciones adelante, estas fotos sean solamente un recuerdo del pasado". (Ledo Andion, 1998, pág. 76).

La creencia en la objetividad de la imagen fue la fuente de su verdadero poder. Su carácter documental, su poder de reproducir exactamente la realidad externa hizo que se considerara a la fotografía como el procedimiento imparcial por excelencia, capaz de reproducir la vida social.

## Hobbies, experimentos y profesionales.

En Inglaterra el uso preponderante de la fotografía fue, durante mucho tiempo, el de un hobby o con fines experimentales. Entre 1874 y 1886, los londinenses prósperos podían inscribirse en la Sociedad para Fotografiar las Reliquias de la Vieja Londres. (Sontag, 1981, pág.66) En 1897, un industrial acaudalado y parlamentario conservador fundó la National Photographic Record Association con el objeto de

documentar ceremonias y festivales rurales tradicionales ingleses en vías de desaparición. (Sontag, 1981, pág. 67).

La cámara transformaba a cualquiera en turista de la realidad de otras gentes. Por el lado del trabajo de los fotógrafos profesionales, éstos siempre se caracterizaron por cambiar sus modelos. Era común (y lo sigue siendo) que los reporteros fotografíen la pobreza y las celebridades, hagan desnudos y deportes. Es muy común ver cambios abruptos en sus temas de representación. Como señala Susan Sontag: "Viajar entre realidades degradadas y lujosas forma parte del impulso mismo de la empresa fotográfica, a menos que el fotógrafo sea preso de obsesiones" (Sontag, 1981, pág. 68).

## FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE IMPACTO SOCIAL

En menos de tres décadas la fotografía generalizó su uso en múltiples y diversos espacios (álbumes familiares, archivos policíacos, pornografía, registros antropológicos e históricos, en el uso del reconocimiento militar, el reportaje y los fines estéticos, entre otros) y como es de esperarse, esta influencia en diversas áreas de la vida cotidiana ha generado un impacto social, en distintas intensidades, a través del mundo.

# INFLUENCIA

Desde sus inicios, la fotografía implicó la captura del mayor número posible de temas, “democratizó” todas las experiencias traduciéndolas en imágenes. Como se ha venido detallando hasta ahora, la fotografía ha influido en la sociedad como herramienta de protesta, como herramienta de estudio e investigación, como una nueva forma de entretenimiento, como una influencia artística e incluso como herramienta política; a través de la historia la fotografía ha comprobado en muchas ocasiones que tiene el poder suficiente para influir en perspectivas, tomas de decisiones (tanto masivas como individuales), pensamientos y hasta emociones.

Es así como las fotografías, con el tiempo, pueden crear estándares de belleza (a través de fotos de modelos), pueden cambiar el rumbo político de un país (como el caso de la marcha en contra de la imposición del presidente Peña Nieto en la ciudad de Puebla del 22 de julio del 2012 ya que se difundieron fotografías que lo implicaban), pueden crear necesidad en las personas (a través de la publicidad), entre otros

## LA MUESTRA FOTOGRÁFICA

### Etapas para realizar una muestra fotográfica

En primer lugar es importante tener en cuenta que se debe tener un equipo calificado si es que realmente se pretende realizar un trabajo profesional y de calidad. Para esto es necesario tener en cuenta ciertos aspectos:

#### ÁREAS DE PRODUCCIÓN Y MONTAJE

##### — Curaduría

El curador es quien genera y desarrolla la idea de un proyecto expositivo. Selecciona artistas y obras. Es responsable del listado de fichas técnicas de obras, los textos para catálogo y museografía, el acompañamiento de edición y diseño de catálogo e impresos. También acompaña en el montaje y está dentro del proceso educativo. Participa en conversatorios y coordinación general con los artistas.

##### — Dirección de exposiciones y producción

Se encarga de la coordinación general de los procesos y del equipo, la gestión de exposiciones, de recursos y de espacios, la relación con otras instituciones, etc. Toma las decisiones administrativas, contables, jurídicas que mejor convengan al proyecto.

##### — Coordinación de curaduría

Es responsable de la coordinación general entre el proyecto de curaduría y las demás áreas de producción del proyecto, bajo la supervisión de la dirección general del proyecto. Es el contacto entre el curador y las áreas de producción del proyecto.

##### — Museografía

Es el área encargada de ejecutar el proyecto en los espacios designados y de la producción de todos los dispositivos, materiales y equipos necesarios para la puesta en escena del guion curatorial.

##### — Educación

Responsable de la programación educativa de apoyo a la exposición con base en los parámetros conceptuales y temáticos de la curaduría (conferencias, charlas, conversatorios, visitas guiadas con los artistas y curadores, talleres, etc.).

##### — Comunicaciones

En el área responsable de hacer visible el proyecto y darlos a conocer al público, utilizando los diferentes medios.

##### — Producción y Logística

Define los indicadores estadísticos, el cronograma de actividades, inventarios, diseña el plan de acción

— Etapa de producción (Nivel de ejecución)

— Etapa de post producción (Nivel de cierre y evaluación)

### La muestra fotográfica como instrumento de sensibilización social

La fotografía es una herramienta de expresión, herramienta para activar itinerarios de inclusión y camino para la transformación social, en un contexto de crisis que reclama identificar nuevas posibilidades de intervención e incidencia (sensibilización y denuncia, propuesta de alternativas, promoción y defensa de derechos).

“La fotografía ha influido en la sociedad como herramienta de protesta, de estudio e investigación, de entretenimiento e incluso como herramienta política.”

para la consecución de recursos económicos. Además evalúa el avance el proyecto.

##### — Conservación y Registro

Es el área responsable de tomar las acciones preventivas para la conservación de las fotografías. Se encarga de movilizarlas, de realizar el correcto embalaje, recibo y entrega de las mismas.

##### — Área administrativa

Se encarga de coordinar y ejecutar los procesos administrativos, financieros y contractuales, según los requerimientos del proyecto.

Luego de tener el equipo de personas y áreas en orden se debe tener una estrategia de implementación adecuada:

#### ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

— Etapa de planeación (Nivel estratégico)

— Etapa de pre producción (Nivel de viabilidad y preparación)

La expresión constituye una dimensión y un derecho fundamental de las personas y la expresión artística una vía privilegiada para que todas las personas y, de manera particular, quienes afrontan situaciones de exclusión y vulnerabilidad, desarrollen esa dimensión y ejerzan ese derecho, de manera individual y colectiva.

El arte y en específico la fotografía constituye un espacio de expresión y desarrollo personal, encuentro, participación social y trabajo. Un espacio que permite a las personas trascender barreras y dificultades de muy diverso tipo (físicas, relacionales, comunicativas...) y comunicar socialmente, de manera eficaz, situaciones injustas, alternativas, etc.

# ESTADO DEL ARTE



## Antecedentes Nacionales

### #A Casa Temprano (Gloria Perú)

El Grupo Gloria es un conglomerado industrial peruano presente en muchos países de Sudamérica. Actualmente se encuentra en el rubro de alimentos, cemento y nitrato, agroindustria, papelería, logística, entre otros. Es una de las empresas más grandes del territorio peruano. (GrupoGloria.com, 2017)

Por el Día del Niño, Gloria lanza la campaña #ACasaTemprano en Agosto del 2016. En ella se promueve que los padres regalen por estas fechas el tiempo que sus hijos necesitan para que crezcan felices. Esta idea consiste en animar a los padres a ayudar a sus hijos a hacer sus tareas, disfrutar películas con ellos, promover su creatividad con actividades en conjunto y tomar en cuenta todas alternativas que recomienda Gloria. (ElComercio.pe, 2016)

La campaña fue lanzada a través de las redes sociales ([https://www.facebook.com/pg/GloriaPeru/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/GloriaPeru/videos/?ref=page_internal)) a través de su cuenta oficial en Facebook: Gloria Perú. Durante un minuto un niño le explica a los usuarios de internet que su padre no tiene tiempo para jugar con él y reta a los compañeros de trabajo que son solteros o que no tengan hijos a que en el día del niño ayuden a todos los papás para que puedan salir temprano y lleguen a jugar con sus hijos. Este video tuvo cerca de 40 mil reproducciones en su momento y actualmente tiene más de 60 mil.

Muchos de los comentarios en este video son de padres que indican que aceptaron el desafío, otros dando testimonio de cómo les fue, otros animando a otros padres a pasar más tiempo con sus hijos y también algunos comentarios tratando de justificar la falta de tiempo que le dedican a sus hijos. Esta campaña fue gratamente recibida por su público objetivo, los padres, y ayudó a generar valor de marca para la empresa.



### Investigación: Niveles de satisfacción familiar y de comunicación entre padres e hijos (Unife-Perú)

La UNIFE (Universidad Femenina del Sagrado Corazón), desde su fundación en 1962, desarrolla diversas actividades en favor de los más necesitados tales como voluntariado, proyectos y trabajos de investigación provenientes de la comunidad beneficiaria, solicitudes de cooperación internacional, campañas de solidaridad en casos de emergencia social, desastres naturales u otras situaciones de catástrofes local, regional y nacional. (UNIFE.edu.pe, 2017)

Es así como en el 2008 se realiza una investigación de tipo descriptiva dirigida a evaluar el nivel de satisfacción de las familias. La muestra estuvo conformada por 1300 estudiantes universitarios varones y mujeres, con edades comprendidas entre los 16 y 30 años de edad, cursando estudios generales, procedentes de 7 universidades del Perú. El instrumento utilizado fue la escala de satisfacción familiar de Olson y Wilson. (Sobrino, 2008).

La investigación concluía en que la correlación entre la satisfacción familiar y la comunicación paterna es altamente significativa, siendo la comunicación materna más baja.

### ANTECEDENTES INTERNACIONALES

#### # La otra carta (IKEA-España)

IKEA es un grupo económico presente en 28 países. Se dedica a la venta de productos para el hogar. Esta empresa a su vez ha creado la Fundación Stichting INGKA que da ayuda económica a instituciones benéficas. (IKEA.com, 2017)

IKEA España, así como cada filial en cada país busca generar un impacto positivo en las familias a través de diversas campañas y es así como surge la iniciativa llamada "La otra carta." La historia se basa en que a los niños de diez familias se les pide que escriban una carta a los Reyes Magos. Cuando terminan, se les pide que



escriban otra, esta vez dirigida a sus padres. En el video se presenta cómo, en estas últimas cartas, los niños piden a sus padres que les dediquen más tiempo, jueguen con ellos, etc. A continuación se entregan las misivas a los progenitores para que estos las lean.

Como final del video, se pide a los niños que elijan qué carta enviarían, si solo pudieran escoger una, la escrita a los Reyes Magos o la escrita a sus padres. Después de pensarlo, los niños se deciden por la carta a sus padres y el video finaliza.

Esta campaña llega al corazón de los padres y les hace pensar la necesidad que tienen sus hijos de pasar tiempo con ellos, haciéndolos reaccionar para futuras conductas.

#### ¿Podemos pasar más tiempo con nuestros hijos? (TWC2, Transient Workers Count Too - Singapur)

Transient Workers Count Too (TWC2), es una organización sin fines de lucro operativa desde el 2004 creada en sus inicios para luchar por la defensa de los trabajadores domésticos en Indonesia y Singapur. (Twc2.org.sg, 2017)

Una campaña publicitaria por los derechos de los inmigrantes nos presenta a varias madres y sus empleadas domésticas. A ambas les hace las mismas preguntas sobre su hijo en el primer caso o el niño al que cuida en el segundo, preguntas como ¿Qué quiere ser de mayor? ¿Cómo se llama su mejor amigo del colegio? o ¿Cuál es su asignatura preferida? El 74% de las empleadas domésticas acertaron más respuestas sobre los niños que sus madres. Esta campaña sirve para abrir los ojos de los padres que le dan prioridad a su trabajo sobre el tiempo con sus hijos, fue lanzada en el día internacional del trabajo, de Mayo.

**PROYECTO**

# Estructura del PROYECTO

## Concepto

Esta campaña social se desarrolla bajo el concepto **“el tiempo se pasa volando”** porque concientizará a los padres sobre la importancia de disfrutar a sus hijos cada minuto que puedan porque la niñez es corta y crecerán más pronto de lo que imaginan.

El objetivo es que los padres se den cuenta de la importancia de pasar tiempo con sus hijos, no solo cantidad de tiempo, sino de calidad, y tengan una buena comunicación entre ellos antes de que puedan caer en malas decisiones y sea demasiado tarde para corregirlos.



## NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre del proyecto es

# “Ahora es la hora”.

Estas palabras fueron elegidas en relación al concepto, poniendo énfasis en que el tiempo perfecto para hablar con tus hijos, pasar tiempo con ellos es ahora.

El nombre responde al objetivo principal de la investigación: Concientizar sobre la falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental.

Con este nombre se les indica a los padres que aún están a tiempo de prevenir esta falta de comunicación siempre y cuando tomen acciones prontas.

Se buscó un nombre corto y se aprovechó la rima consonante para que sea fácil de recordar y posicionar en la mente del público.

## Fundamentación del proyecto

El proyecto será una campaña social que trata la concientización de la falta de comunicación familiar a través de una muestra fotográfica en un espacio público, específicamente en el parque infantil “Barbara D’Achille” en La Molina. Se decidió por esta locación debido a la gran cantidad de familias con hijos pequeños que van a pasar unas horas ahí un domingo en la tarde. Esto se debe a la presencia de juegos para niños y al gran tamaño del parque, concentrando a nuestro público objetivo en un mismo lugar.

Esta muestra fotográfica será un camino que simbolice la vida, mientras vas avanzando por las fotografías, verás el proceso de las consecuencias de una mala comunicación a través del tiempo. Se pudo definir, gracias a la colaboración y recomendación de profesores y psicólogos, que la mejor manera de poder generar un impacto en los padres es a través de la experiencia. Es por esto que las fotos con posibles consecuencias en sus hijos de no pasar tiempo de calidad suficiente con sus padres generarán la reacción que se espera.

## Análisis Conceptual

TIEMPO



Comunicación



RUPTURA



Familia



ADVERTENCIA



# Público OBJETIVO

## Actores involucrados



### Padres de familia

Son los que brindan el bienestar económico a la familia, jefes del hogar y preocupados por dar siempre lo mejor a sus hijos. Durante el trabajo de campo se pudo observar que los padres que trabajaban a tiempo completo y dejan el cuidado de sus hijos a terceras personas, descuidan un poco la comunicación familiar, no conocen los gustos o preferencias de sus hijos tan bien como los conocen las personas que si están con ellos la mayor parte del tiempo.

### Hijos

Los niños necesitan tener una guía en su vida, alguien con quien hablar y conversar sobre las dudas y problemas que estén atravesando. Cuando no pasan suficiente tiempo de calidad con sus padres, no generan el lazo de confianza que permite tener una buena comunicación con ellos, llevándolos a buscar esta guía en personas externas, tales como amigos, profesores, etc.

Los niños de 6-8 años están en una etapa importante de sus vidas en la que comienzan a formar su personalidad, lazos de confianza, entre otros. Están en una edad en la que los padres aún tienen la autoridad para corregirlos y guiarlos a tomar decisiones de bien para su futuro.





### Cuidadores de los niños

Son las personas que se encargan del cuidado de los niños mientras sus padres están trabajando durante el día. Estos pueden ser familiares externos, personas contratadas o un tercero de confianza.

Estas personas son las que tienen mayor contacto con los niños, aunque no siempre reflejan una autoridad ante los ojos de los hijos. Muchos de ellos intentan suplir la necesidad de tener un guía junto a ellos y que los corrija cuando se equivocan pero los niños al saber que no son sus padres, no siempre obedecen ni los toman en serio.



### Sociedad moderna

Vivimos en una sociedad en la que tener una buena calidad de vida significa tener comodidades materiales, estar en un buen colegio, tener ropa de marca, entre otros. Los padres quieren darle lo mejor a sus hijos y se esfuerzan para poder conseguir la solvencia económica necesaria y cumplir con estas expectativas. Este anhelo ha llevado a que las familias dejen atrás la típica estructura del padre proveedor y la madre ama de casa, en la actualidad son más las familias en las que ambos padres salen a trabajar y dejan a sus hijos al cuidado de terceros.



### FUNDAMENTACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO ELEGIDO

Se ha decidido dirigir la campaña a los padres de familia por ser ellos el primer modelo de comportamiento que tiene un niño. Los padres quieren dar lo mejor a sus hijos pero no le otorgan la debida importancia a la comunicación que debe existir entre ellos, y esto genera graves consecuencias en el futuro de sus hijos.

Se requiere que los padres tomen conciencia de este problema y sean ellos los primeros en generar este vínculo de confianza para que sus hijos se puedan abrir con ellos y puedan tocar temas de conversación trascendentales para las futuras decisiones de su hijo.

## PÚBLICO OBJETIVO ELEGIDO

# Padres de familia

#### Geografía:

Padres de familia que residen en el distrito de La Molina.

#### Social:

Tanto hombres como mujeres que tengan hijos de 6-8 años, solteros o casados. Son padres profesionales que cuentan con un trabajo a tiempo completo. Tiene un estilo de vida progresista, siempre están es busca de oportunidades, son emprendedores.  
Personas de NSE C+ (clase media alta).

#### Cultural:

Acostumbran dedicarle tiempo a salir con su familia los fines de semana, pues de lunes a viernes su prioridad es el trabajo. Tienden a buscar parques o lugares con actividades para niños para que ellos también se puedan relajar mientras los ven jugar.

Cuentan con una nana, un pariente cercano o una tercera persona que los apoya con el cuidado de sus hijos.

## PADRES DE FAMILIA



# Levantamiento de INFORMACIÓN



El trabajo de campo se realizó en el distrito de La Molina. Primero se observaron las rutinas diarias de los niños, como quiénes iban a dejarlos al colegio, con quién iban a jugar al parque, etc. Se realizaron entrevistas a los niños para registrar cómo es su relación con sus padres, qué tanto tiempo pasan con ellos, entre otros datos. También se realizaron entrevistas a adolescentes y jóvenes para saber cómo fue la relación con sus padres durante su infancia y como afecta esto en el presente. También hubo conversaciones con los cuidadores de niños (abuelas y tías en su mayoría) y con psicólogas y profesoras para tener un panorama más amplio del problema.



GRACIA | 3 años

CARLOS | Papá de Gracia, dueño de restaurante

Preguntas sobre Gracia

El atún.	<b>Comida favorita:</b>	Tallarines verdes, pollo a la brasa, arroz chaufa. <b>X</b>
Mimi.	<b>Profesora favorita:</b>	Miss Leo. <b>X</b>
León.	<b>Animal favorito:</b>	Perro. <b>X</b>
Sacar a Kiara	<b>Actividad favorita con papá:</b>	Ver televisión, pintar. <b>X</b>
Pintar.	<b>Actividad favorita en el nido:</b>	Pintar. <b>✓</b>



ANDREA Y CAMILA | 4° Secundaria

¿Sales con tus padres los fines de semana?

Andrea: Si.

Camila: No mucho, como ellos trabajan en eventos, no los veo mucho en la casa.

¿Cómo es la relación actual con tus padres?

Andrea: Bueno a medida que vamos creciendo ya es más complicado porque... "adolescencia"

Camila: Nos dejan hacer las cosas solas y ya cada uno va por su lado.

Si pudieses retroceder en el tiempo, ¿qué les dirías a tus papás?  
**que dejen un poco su trabajo y pasen más tiempo con nosotras.**



Yo se que el trabajo es necesario, el dinero también es importante pero yo creo que hay momentos que tienen que pasar con sus hijos, que vengan más temprano y que ellos (señala a los niños) los esperen despiertos. Que le den al menos una hora al día, por en realidad a veces trabajan todo el día y no saben que es lo que necesitan ellos, que es lo que pasan ellos.



LILIANA | Tía



ALICIA | Profesora de Nido La Molina

Algunos padres de familia si vienen a recoger a sus hijos pero en su mayoría son las nanas las que lo hacen. Son las que pasan la mayor parte del tiempo con los niños, el problema se intensifica cuando el niño cambia de nana constantemente y genera un desequilibrio en su área emocional, en este punto vemos en la conducta del niño una reacción de protesta, si se puede decir, sus reacciones son a través de su comportamiento, de la forma como se relaciona con sus amiguitos.



Nadie sale a jugar al parque un miércoles en la tarde.

Niños jugando en el parque sin supervisión adulta.





Vacaciones útiles: Solo una madre acompañando a su hijo en el entrenamiento.



**LUCÍA | Dueña de restaurante.**

**¿Cuántas horas al día trabajas?**

De 3 a 10 de la noche

**¿Cómo haces con tus hijitas mientras estás trabajando?**

Al comienzo tenía a alguien que me apoyaba pero se fue, así que hemos creado un cuarto de juego dentro de nuestra cafetería.

**¿Con quién juega mientras estás trabajando?**

Con su hermanita y hemos hecho una amiguita. A veces yo estoy ahí también con ellas

**¿Consideras que logras manejar bien tu tiempo entre el trabajo y tu tiempo de madre**

Es difícil pero prioridad son mis hijas.





Algunas consecuencias de una mala comunicación familiar.





**ADRIANA | 7 años**

**¿Tus papis juegan contigo saliendo de trabajar?**

Casi nunca tienen tiempo para mí, solamente para mi hermano.

**¿Con quiénes juegas?**

Con mis demás amigos y mi hermanito.



**CAP.**



DISEÑO



# Análisis del DISEÑO

En este quinto capítulo se realiza un análisis del estilo gráfico propuesto; asimismo, se dan a conocer las piezas gráficas elaboradas para comunicar eficazmente el problema encontrado y el objetivo de la campaña social.



## Sintaxis

Para la elaboración de las piezas gráficas se utilizarán los colores azul marino y amarillo. Al primer color se le asocia con el infinito, la inmortalidad y lo sagrado. Por estas razones se ha utilizado en este caso el azul oscuro para representar al tiempo, y reflejar la profundidad de este.

El color amarillo denota alegría, optimismo, confianza y fortaleza emocional. Por este motivo se ha utilizado para representando a la familia.

Como paleta complementaria se utilizará la escala de grises, para enfatizar la seriedad del problema debido a que estos colores representan nostalgia y tristeza. Estas piezas tendrán un estilo sobrio y limpio, con un mensaje claro y directo.

La principal tipografía a utilizar será "Anton," para demostrar la fuerza del problema y la advertencia que esto conlleva. Esta tipografía. La tipografía complementaria es univers, la cual al ser sans serif facilita la lectura y es completamente legible.

**FUENTES TIPOGRÁFICAS**

**ANTON REGULAR**

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
123456789**

Univers LT Std  
abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
123456789

**Rockwell Bold**

**abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
123456789**



R: 0	C: 100%
G: 68	M: 65%
B: 76	Y: 62%
#00444c	K: 29%



R: 255	C: 0%
G: 204	M: 20%
B: 0	Y: 100%
#ffcc00	K: 0%

**Estética**

Predomina la escala de grises para resaltar la seriedad y la tragedia, pero contrastándolo con el amarillo que simboliza a la familia para representar que en medio del problema aún están a tiempo de cambiar la situación. Toda la campaña tendrá contrastes de formas para representar el cambio que pueden sufrir las personas en menos de lo que imaginamos, sin dejar de mantener la limpieza y la serenidad. También estarán presentes formas destruyéndose o con rupturas simbolizando la destrucción de la comunicación familiar.

**Simbología**

Mediante el proyecto se busca concientizar sobre la importancia de una buena comunicación familiar antes que los niños crezcan. En nuestra implementación, el camino fotográfico simboliza la vida de cada uno de esos niños, y el que los niños sean más grandes conforme caminas simboliza la rapidez en que se termina la niñez.

**Pragmatismo**

El problema encontrado afecta a las familias modernas sin que se den cuenta de la importancia de este. Es importante advertir y hacer evidentes las posibles consecuencias mediante un proyecto impactante. Protegiendo a los niños de ahora podremos prevenir problemas juveniles en el futuro.

# Diseño de la comunicación

Para poder llegar a nuestro público objetivo, se eligió el parque infantil más concurrido del distrito de la Molina (Parque infantil Bárbara D'achille) en el día de mayor movimiento (Domingo). Se decidió atender a cada familia de manera particular y así continuar atendiendo a cada familia una a una y es por esta razón que el mensaje debía ser concreto, rápido y divertido. Se eligieron fotografías de niños, adolescentes y jóvenes con la finalidad de que los padres vean identificados a sus hijos en el futuro de no generar un cambio significativo en sus vidas. A través de toda la implementación se les reforzará la importancia de dedicar tiempo de calidad a los hijos y se los animará a realizar compromisos personales para mejorar en ese aspecto.

Para poder llamar la atención tanto de niños como de padres se regalarán globos de diferentes colores al inicio de la implementación. La dinámica consistirá en responder algunas preguntas relacionadas al tiempo que pasan juntos padres e hijos para poder llevarse los globos. Es así que luego se los invitará a pasar por la pieza principal del proyecto, el camino fotográfico, y al final del recorrido encontrarán algunas personas con una pizarra en la cual serán animados a escribir un compromiso personal para mejorar la cantidad y calidad de tiempo que pasan con sus hijos. Finalmente recibirán un volante con el resumen de su experiencia y además informándoles de la existencia de la página de Facebook donde podrán encontrar fotos y más consejos de toda su experiencia. Tras esto, se publicarán las fotos y mensajes motivadores a través del Facebook así los que participaron y otras personas más podrán reflexionar en el mensaje.



## Fundamentación del diseño

La herramienta escogida para este proyecto es la fotografía. Entendemos por fotografía al acto mediante el cual una persona, a través del uso de una cámara fotográfica, retrata un instante o momento particular de la vida y es justamente debido a esto último por lo cual la fotografía es una herramienta importante y efectiva al momento de comunicar un mensaje claro y real.

Hoy en día las fotografías se encuentran en casi todos los ámbitos de la vida cotidiana. Esto se debe a que no solo comunica un mensaje como lo puede hacer la palabra escrita, sino que, además, para el receptor implica una fuente veraz que comprueba y da legitimidad a lo que se le quiere comunicar. Por ejemplo, se pueden hablar de hamburguesas pero cuando se muestra la foto de una, realmente se puede entender y comprobar que lo que se comunicaba se encuentra dentro de lo esperado. Esto, por supuesto, se debe a que la imagen no suele distar mucho del referente real al que representa, favoreciendo su impresión de veracidad. Para este proyecto queremos que los padres vean a la falta de comunicación familiar como un problema presente y cercano, para lograrlo, debemos hacerlos sentir que las fotos son verdaderas, con problemas reales. He aquí la importancia de tomar fotografías de excelente calidad, con modelos que puedan reflejar en su postura y en sus expresiones cada sentimiento o actitud determinada para darle la mayor credibilidad posible a cada situación.

Por otro lado, la fotografía es importante debido a su practicidad. Hoy en día hay personas que únicamente ven las fotografías y dejan de lado el texto. Se vive en una era en la que el estímulo visual es el más importante que largos textos que lo explican. Tomando en cuenta a nuestro público objetivo, profesionales que no cuentan con tiempo libre disponible, la fotografía es el medio más práctico y eficaz para entender el mensaje si necesidad de una gran explicación posterior. Una sola imagen tiene el poder de dar un inmenso mensaje al receptor de manera rápida, directa y concisa. Esto se debe a que el proceso de decodificación de una imagen frente a otro medio de comunicación es sumamente sencillo. Además, una fotografía tiene posibilidades ilimitadas de comunicación si se le añade diseño y composición. De esta manera, la fotografía puede comunicar aún más rápida, concreta y efectiva el mensaje que se quiere dar.

Desde un punto de vista antropológico, sabemos que la vista llega antes que las palabras. El niño mira antes de hablar. Explicamos con las palabras lo que vemos en imágenes. Las imágenes son modos de comunicación, constituyen un lenguaje propio, el cual hay que aprender a descifrar.



En definitiva, y a modo de resumen, se puede entender que la comunicación visual que brinda la fotografía se encuentra potenciada debido a su rápida decodificación del mensaje por parte del receptor, por la capacidad de recordación que puede generar (es decir, la capacidad de que el receptor recuerde más fácilmente la imagen que otro medio de comunicación como por ejemplo el textual), y además que con la ayuda del diseño, una fotografía puede impactar emocionalmente a cualquier persona de manera directa, rápida y efectiva.

Son por estas razones que se decidió finalmente en utilizar una galería fotográfica para poder impactar en los padres del distrito de la Molina. Las fotografías de niños, adolescentes y jóvenes expresando diferentes problemas emocionales y actitudinales crearán rápidamente una conexión con los padres ya que verán y relacionarán el futuro de sus hijos con las imágenes expuestas. Además, la galería fotográfica enviará el mensaje de manera directa, con lo cual se podrá atender a varias familias en un menor tiempo. Finalmente, la experiencia al ver las fotografías generará una mejor recordación en los padres lo cual ayudará a generar un mejor impacto a largo plazo.

Propuesta gráfica

Logotipo:



Área Clara:



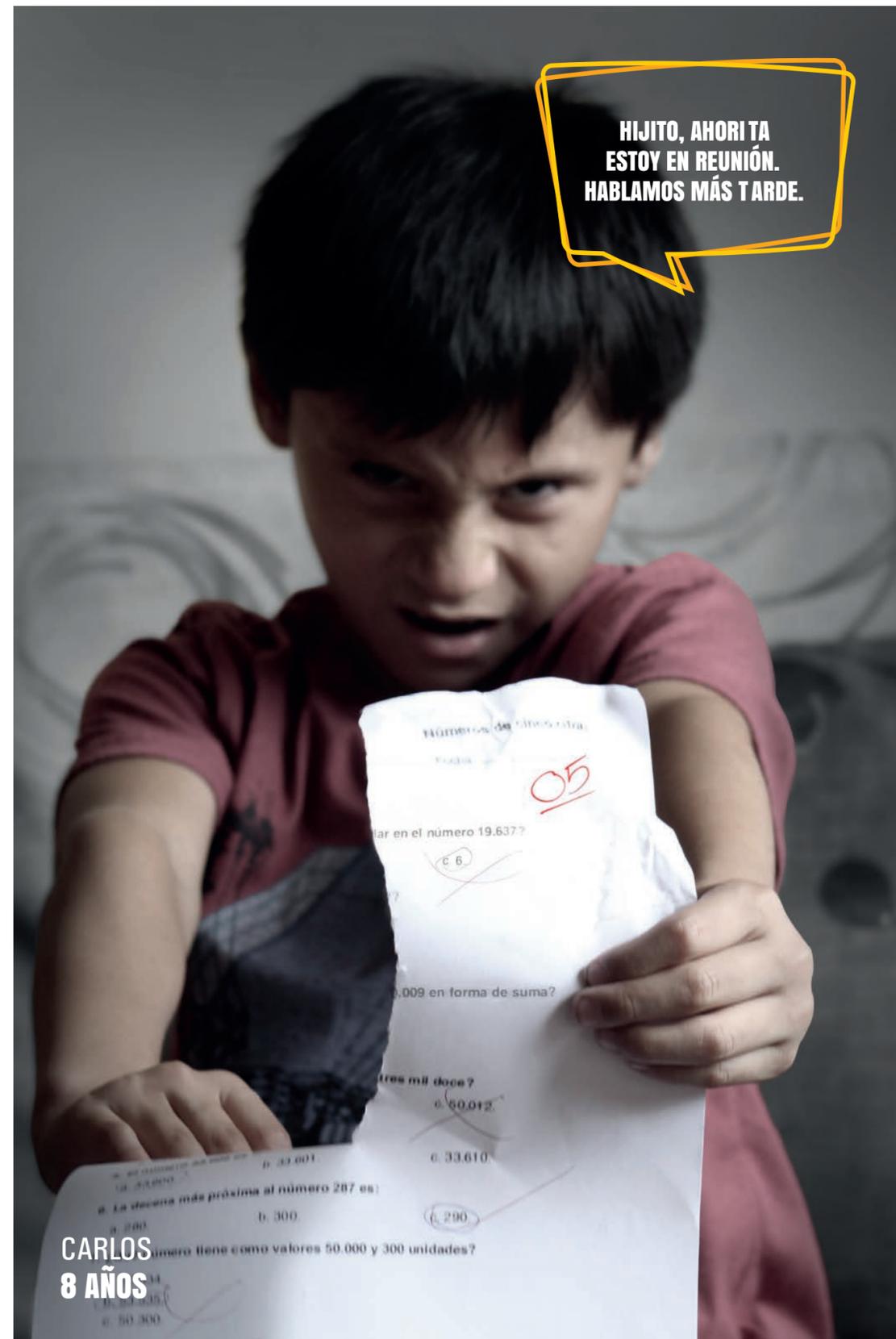
Versión en positivo y negativo:

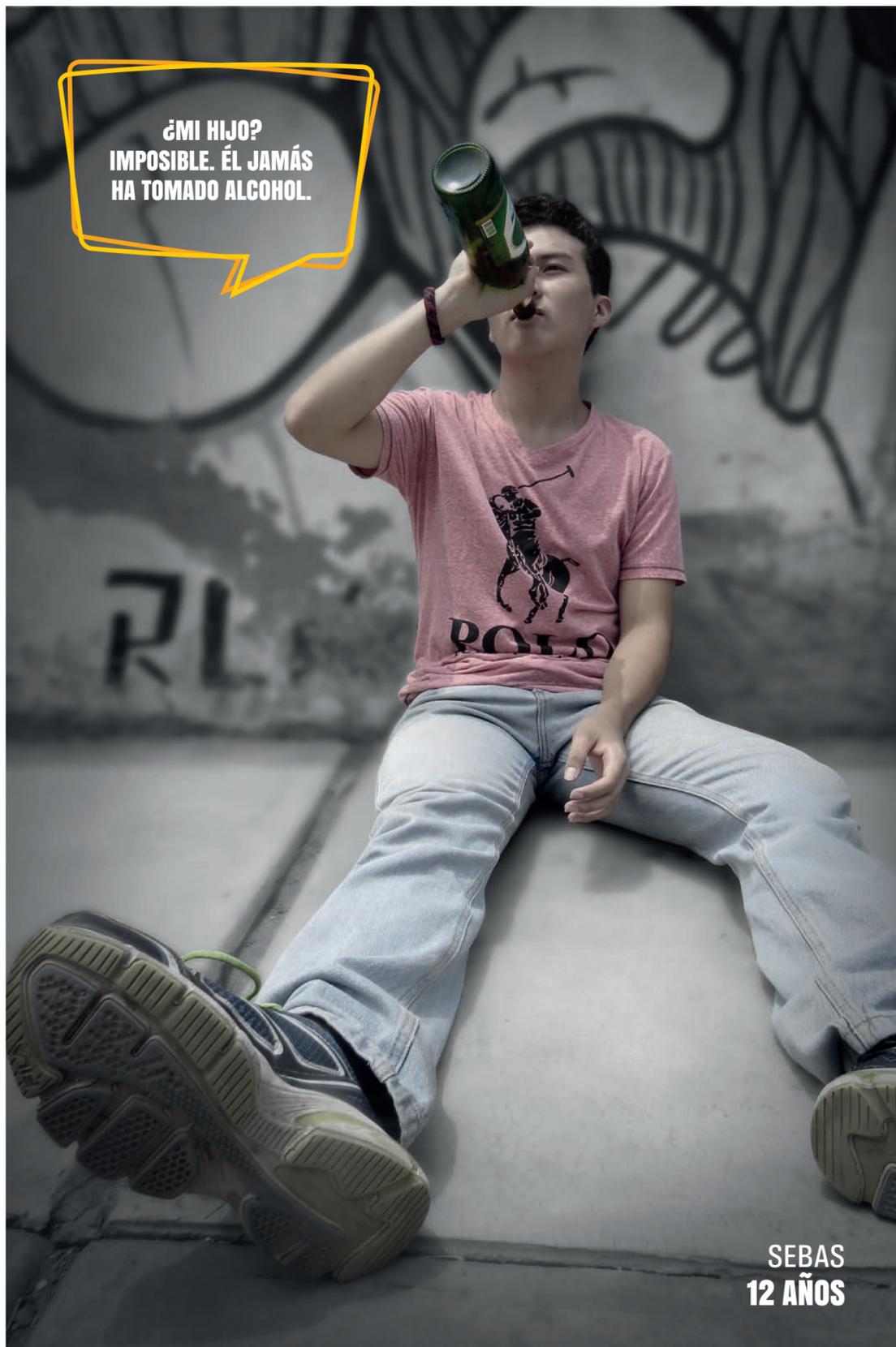


### Camino fotográfico:

Esta es la pieza gráfica principal del proyecto, a través de estas fotografías se logrará concientizar a los padres sobre las consecuencias de no darles el tiempo necesario a sus hijos. Las fotografías están acompañadas de frases que dirían padres que están ayudando sin darse cuenta a que la comunicación con sus hijos se rompa. Las fotografías fueron impresas en un formato de 40cmx60cm. y se las colocaron en parantes de 1.70metros para que estén a una altura cómoda para los padres y suficientemente baja para que los niños también las puedan ver.







¿MI HIJO?  
IMPOSIBLE. ÉL JAMÁS  
HA TOMADO ALCOHOL.

SEBAS  
12 AÑOS



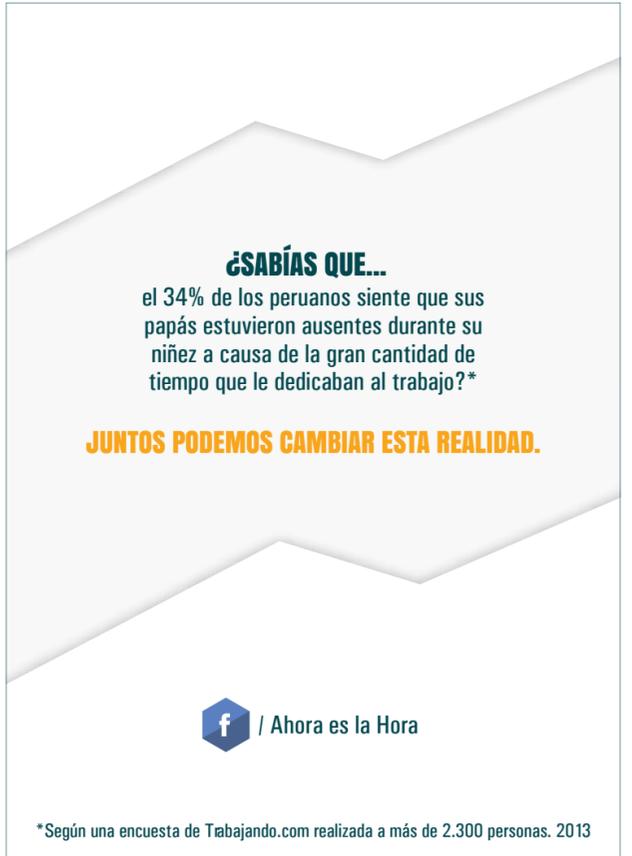
EN LA ESCUELA DEBIERON  
HABLARLE DE EDUCACIÓN  
SEXUAL.

ALE  
15 AÑOS



**Brochure:**

Esta pieza será entregada apenas la persona concluya el recorrido fotográfico, al momento de recibirla, se le explicará al padre que el futuro de sus hijos está en sus manos y se les animará a disfrutar a sus hijos. Este brochure incluirá la dirección de la página de Facebook en la que podrán encontrar sus fotos, mensajes y consejos sobre el problema, entre otros.



**¿SABÍAS QUE...**  
el 34% de los peruanos siente que sus papás estuvieron ausentes durante su niñez a causa de la gran cantidad de tiempo que le dedicaban al trabajo?\*

**JUNTOS PODEMOS CAMBIAR ESTA REALIDAD.**

 / Ahora es la Hora

\*Según una encuesta de Tabajando.com realizada a más de 2.300 personas. 2013



### Globos:

Herramienta para llamar la atención de los niños con sus papás, si se acercaba un niño solo a pedir un globo lo animábamos a que traiga a su papá y viceversa. Los globos son de los colores de la campaña, azul y amarillo, y presentaban al logotipo como una introducción.



### Fotocheck de Staff:

Estos fotochecks serán identificadores de los participantes del staff de la campaña, que serán ocho personas, de esta manera el público objetivo sabrá a quién acudir en caso tengan algún problema o alguna pregunta respecto al tema.

### GIF Animado:

Se realizó una invitación en Facebook a través de un GIF animado. En ella se colocó el día, la hora y el lugar de la actividad. El GIF contaba con las siguientes 4 pantallas:



## Etapas del desarrollo del proyecto

Para la correcta comunicación del mensaje, el proyecto se ha estructurado de la siguiente manera:

### ETAPA 1:

**PROBLEMA**

No tener claras las situaciones que aparecerían en las fotografías para reflejar las consecuencias de la mala comunicación familiar.

**Objetivo**

Definir el contenido de cada fotografía.

**Actividad**

Pedir ayuda a una psicóloga y conversar con ella sobre que situaciones impactarían más a los padres.

**Gráfica**

Realizar un borrador con detalles de cada fotografía y de las edades de los niños y jóvenes que aparecerían en ellas.

### ETAPA 2:

**PROBLEMA**

No tener el permiso de los padres de los menores de edad que participarán en las fotos de la muestra fotográfica.

**Objetivo**

Hablar con los padres y explicarles el contenido y el propósito de las fotografías así como del proyecto.

**Actividad**

Contactarme con los padres y conseguir una autorización firmada por ellos para que sus hijos aparezcan en las fotografías.

**Gráfica**

Se entregó un formulario para tener la autorización de los padres en físico.

### ETAPA 3:

**PROBLEMA**

No contar con las fotografías para la implementación.

**Objetivo**

Tomar las fotografías y editarlas para conseguir mejores resultados.

**Actividad**

Reunirse con la fotógrafa y los modelos para tomar las fotos en las locaciones previstas.

**Gráfica**

Se recrearon 7 escenas con situaciones en las que se ve claramente cada consecuencia. Se llevaron los materiales necesarios para cada fotografía como cigarrillos, botellas de cerveza, prueba de embarazo, exámenes de colegio, entre otros.

### ETAPA 4:

**PROBLEMA**

Conseguir el permiso necesario para realizar la implementación en el parque infantil "Barbara D'Achille".

**Objetivo**

Hablar con la encargada y convencerla de la importancia del proyecto para que me preste sus instalaciones.

**Actividad**

Una reunión con la Sra. Yasmin Rashid Jaber, encargada de las actividades dentro del parque, y mediante una conversación se da el permiso para realizar la implementación dentro del parque.

**Gráfica**

Se entregó una carta de presentación de la universidad, así como una carta personal solicitando el permiso necesario y el resumen de mi proyecto a realizar.

**ETAPA 5:**

**PROBLEMA**

Los padres no le prestan atención a mi proyecto, no se acercan a ver la galería fotográfica.

**Objetivo**

Lograr que los padres se acerquen y participen de la implementación junto con sus hijos.

**Actividad**

Capturar la atención de los niños para que sean ellos los que llamen a sus padres hijos con globos de colores.

**Gráfica**

A cada familia que participaba se le entregaba un globo con el logo de la campaña, ellos elegían si querían uno azul o amarillo.

**ETAPA 6:**

**PROBLEMA**

No se sabe la realidad de forma personal de cada familia participante en la implementación.

**Objetivo**

Conocer que es lo que piensan los padres respecto al tiempo que pasan con sus hijos y que ellos escuchen qué piensan sus hijos respecto a ello.

**Actividad**

Para poder conseguir su globo, tendrán que contestar una pequeña encuesta, a los padres se les preguntará si piensan que su trabajo influye negativamente en el tiempo que pasan con sus hijos, y a los hijos se les preguntará si creen que necesitan pasar más tiempo con sus padres. Los niños contestarán esta pregunta frente a sus padres y se les animará a que nos cuenten qué les gusta hacer más con sus papás.

**Gráfica**

Esta pequeña encuesta se realizará en un tablero que cuenta con una pequeña pizarra y un lado de corcho, ambos partidos por la mitad y con letreros que tengan las opciones "Sí" o "No". Los padres deberán responder colocando un palito con un plumón en la parte de la pizarra y los niños colocando un chinche de color en la parte del corcho.

**ETAPA 7:**

**PROBLEMA**

Los padres pueden recibir el mensaje pero sin interiorizarlo ni tomarlo de manera personal.

**Objetivo**

Que cada padre reciba un mensaje personal, con un compromiso que ellos mismos se propongan lograr.

**Actividad**

Cada conversación con los padres se realizará de forma particular, sin juntar a más de una familia para poder tener una relación más directa con cada uno. Al terminar el recorrido fotográfico se les animará a realizar un compromiso personal que ellos creen necesario para poder mejorar su relación familiar. Este compromiso se realizará de forma escrita y se les tomará una foto que luego podrán encontrar en la página de Facebook.

**Gráfica**

Se les mostrará a los padres una pizarra blanca grande que lleva de título el hashtag "#AhoraeslaHora de" para que ellos completen la frase con una acción a la que se comprometan a realizar.

**ETAPA 8:**

**PROBLEMA**

El mensaje puede quedar olvidado en la implementación.

**Objetivo**

Lograr que las personas participantes de la implementación recuerden su compromiso y compartan el mensaje con el resto de su familia. Difundir la información de lo realizado a más personas a través de las redes sociales.

**Actividad**

Entregar a los padres participantes del proyecto un brochure que les haga recordar el mensaje compartido. Esta pieza incluirá la dirección de la página de Facebook en la que podrán encontrar sus fotos, mensajes y consejos sobre el problema, entre otros. Con esta página se logrará compartir el mensaje y el propósito de la campaña a más personas.

**Gráfica**

Brochure con estadísticas de la realidad peruana respecto a este problema, pero con un mensaje alentador que juntos podemos cambiar esta realidad. En el brochure se muestran dos realidades, una familia feliz y unida por un lado, y una fotografía de los niños solos sin sus padres pero tristes. Página de Facebook con el mensaje y más información sobre el proyecto.



**CAP.**

RESULTADOS



# Análisis de los RESULTADOS

## Aplicación

La implementación se realizó en el **Parque Infantil Bárbara D'Achille** (Dirección: Cruce de la Av. Alameda del Corregidor con el Jr. Las Tijuanas, La Molina. Lima-Perú.), debido a que es el parque infantil más concurrido por las familias de La Molina. La implementación consistió en un inicio con la instalación de la galería de fotos; dicha instalación comenzó a las 03:00pm y se ubicó cerca a la entrada/salida más concurrida del parque. Esto con la finalidad de que el camino fotográfico tenga mayor visibilidad ante los nuevos visitantes del parque y toda familia tenga la oportunidad de participar.

Es así como a las 04:00pm inició el evento; se contó con dos personas al inicio de la galería de fotos que llamaban la atención tanto de niños como padres con globos de diferentes colores para regalar. Ellos a su vez eran los que invitaban a los padres y niños a pasar por dicha galería tras responder algunas

preguntas y obtener sus globos. Además se contó con otras dos personas al final del recorrido sujetando una pizarra grande donde los padres podían colocar un compromiso personal tras experimentar las posibles consecuencias, plasmadas en la galería de fotos, de no priorizar a sus hijos ante el trabajo.

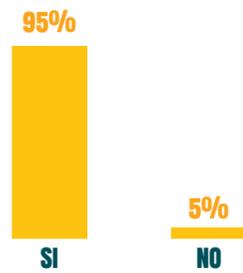
El parque estaba repleto de familias, es así que se utilizaron globos azules y amarillos, los colores principales de la campaña, para atraerlos al inicio de la galería de fotos. Si los niños venían solos se los animaba a traer a sus padres y si los padres venían solos se los animaba a traer a todos sus hijos. Una vez la familia estaba completa se daba inicio a la dinámica; ésta consistía en que tanto niños como padres debían contestar ciertas preguntas con la finalidad de obtener globos gratis. Se realizaba una pregunta a los niños y luego una pregunta distinta a los padres.





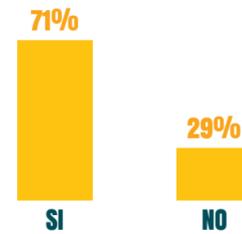
A continuación se verán los resultados de las preguntas:

**Pregunta a los niños:**  
¿Piensas que necesitas pasar más tiempo con tus padres?



De un total de 42 niños, 40 dio una respuesta positiva (95%), y solo 2 niños (5%) contestaron que no.

**Pregunta a los padres:**  
¿Piensas que tu trabajo influye negativamente en el tiempo que pasas con tus hijos?



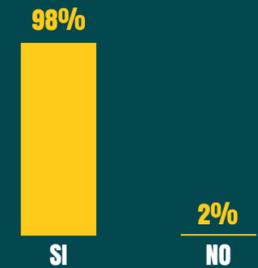
De un total de 45 padres, 32 opinaron que el trabajo sí los influía negativamente (71%), y 13 padres (29%) pensaban que no.



Los responsables de hacer las preguntas y entregar los globos tenían además una pizarra pequeña que servía como contador. Esta pizarra se encontraba dividida en cuatro partes, las dos partes del extremo izquierdo eran de un material de corcho y estaban dirigidas a contabilizar las respuestas "sí" o "no" de los niños. Los niños, al responder la pregunta, colocaban un alfiler especial, con ayuda del encuestador, en el lugar que correspondiese. Por otro lado, los dos lados del extremo derecho eran una pizarra acrílica. Los padres al contestar "sí" o "no", trazaban una línea en el lugar que correspondiese y así se logró contabilizar las respuestas.

Los resultados fueron los siguientes:

**Compromisos realizados**



De un total de 45 padres, 42 se animaron a escribir en el pizarrón sus compromisos personales para con sus hijos (98%), y solo un padre (2%) no quiso participar del final de la dinámica.

Ante estos datos y por lo observado durante la misma implementación podemos concluir que cada una de las etapas fueron oportunas y necesarias. Una etapa adicional hubiera sido innecesaria debido a que todo lo que se quería transmitir fue abarcado. Además que se trató siempre de mantener ágil el desarrollo de cada etapa así tanto niños como padres no se aburrían en el proceso. Como dato adicional, debido a la gran aceptación del evento, se pudo mantener un flujo constante y ordenado de familias durante toda la implementación logrando así atender a una gran cantidad de familias de manera ininterrumpida.



### Diseño de la metodología

Con respecto al origen de esta metodología, se contó con la ayuda de Taby Chumpitaz Alvarez, una psicóloga educativa. A través de su experiencia en colegios, se concluyó que para llegar generar un impacto verdadero en las familias, la dinámica de la implementación debería ser más personal. Es decir, tratar a cada familia personalmente y no a varias familias de una sola vez.

Por otro lado, se observaron diferentes implementaciones hechas por distintas empresas que buscaban objetivos parecidos al que se quiere llevar a cabo. En estas implementaciones se buscaba impactar a los padres a través de la experiencia, no con charlas informativas u otros medios. Es así que se adoptó esa postura y se decidió que la implementación debía llevar a los padres a experimentar las consecuencias de su ausencia en la crianza de sus hijos por el trabajo y que de alguna manera sientan que de no haber un cambio, las consecuencias podrían ser terribles.

Finalmente, se tuvo en cuenta que para atender a familias a nivel personal y llevarlos a experimentar el mensaje, el tiempo de atención debía ser corto para así atender a más familias y evitar aburrir a los niños.

Los contenidos fueron pensados de manera conjunta (profesores, psicólogos, entre otros) y se recolectaron las mejores recomendaciones. La implementación debía ser dinámica y ágil en todo momento, tener un mensaje claro y reflejar el mensaje de forma directa y real, por estos motivos, dentro de todas esas ideas se eligió realizar un camino cronológico de fotografías con posibles consecuencias de los hijos en distintas edades tras ser criados por padres que priorizaban su trabajo a pasar tiempo de calidad con ellos. Se eligió esta metodología debido a que permitía interactuar con la familia entera y no demandaba mucho tiempo de atención por familia. Así se pudo atender a cada familia de manera personal y mantener un flujo ordenado y constante durante toda la implementación. Para poder atraer a las familias, se pensó en regalar globos al inicio de la galería de fotos y para que el recorrido por las fotos no quede inconcluso se decidió terminar con una pizarra que sirva para que los padres den su propia conclusión de lo que aprendieron y meditaron, escribiendo ahí compromisos personales de cambio. Además se aceptaron ideas que ayudaron a hacer la implementación más dinámica y divertida para todos, como la pizarra pequeña al inicio del recorrido que sirvió para contabilizar a los encuestados y la creación de una página de Facebook que ayudaría a difundir lo realizado.



# Registro de la **IMPLEMENTACIÓN**

## Evaluación de la metodología

La metodología fue la correcta debido a que el mensaje era muy abstracto y complejo. Se concluyó que la mejor manera de generar una reacción auténtica en los padres era a través de la experiencia y es así como la galería de fotos despertó el interés y llevó a la reflexión a muchos padres. En cuanto a los tiempos, fueron eficaces. Durante la implementación se mantuvo un ritmo promedio de 5 minutos por familia, desde el inicio de las preguntas hasta el final con el compromiso en la pizarra. De ser más tiempo los padres que observaban toda la dinámica de lejos no se hubiesen animado a venir. Ante esta metodología, se recibieron sólo buenos comentarios de los mismos padres que resaltaban el esfuerzo por querer ayudar en la correcta crianza de las generaciones venideras, en ningún momento hubo malos comentarios o reacciones negativas.

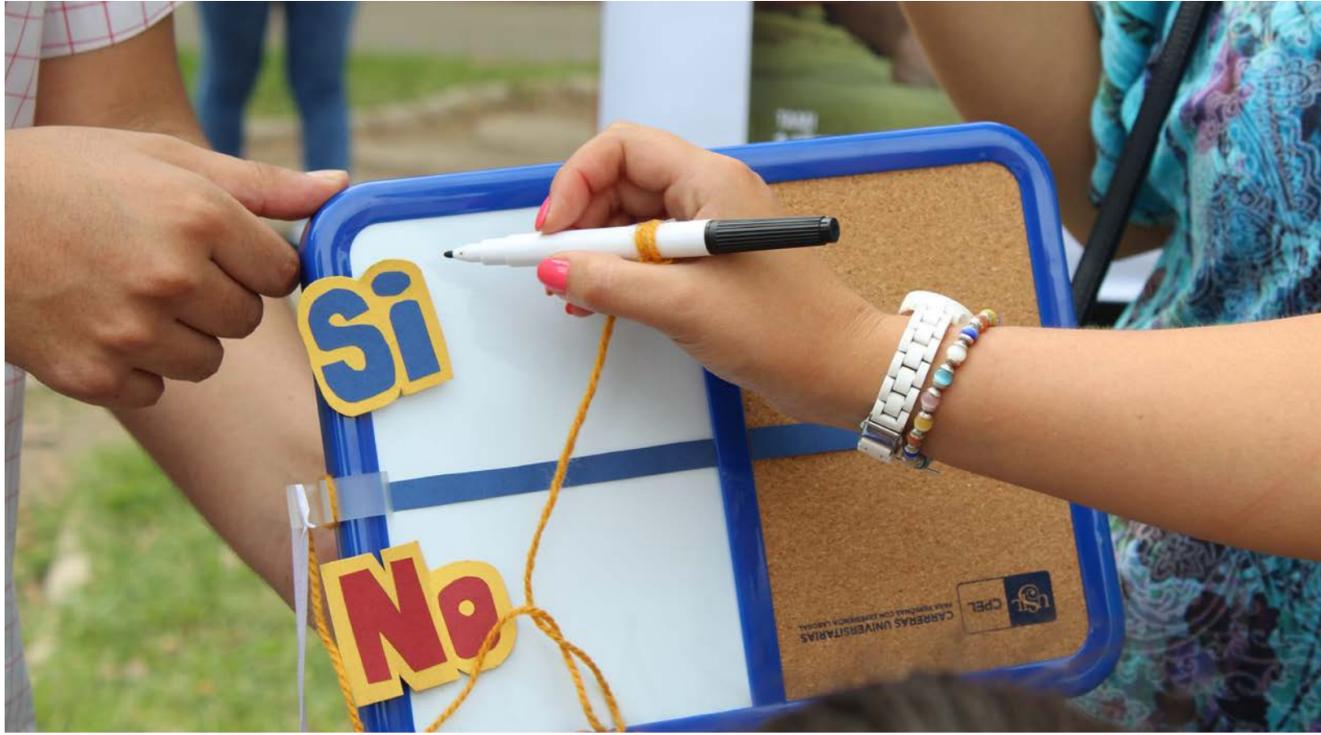
Al finalizar la implementación, se concluyó que realmente se pudieron cumplir los objetivos. Los padres, en su gran mayoría, son conscientes de la influencia negativa que puede ocasionar el darle más prioridad al trabajo que a sus hijos y estaban dispuestos a realizar un compromiso para mejorar ese aspecto. Asimismo, se pudo notar que prácticamente todos mostraban una sincera preocupación por el tema tratado y se mostraron prestos a continuar todo el proceso de la implementación con gusto. El sólo hecho de hacerles recordar a los padres la responsabilidad de su rol fue más que suficiente para que casi todos realicen compromisos personales ese día.

## Primera etapa:

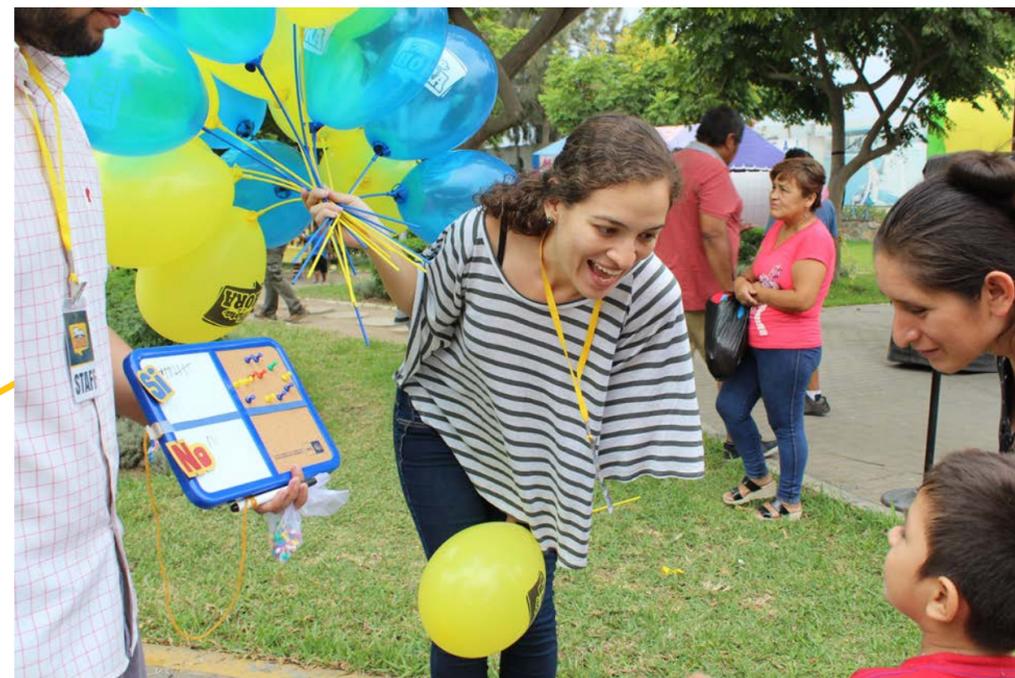
Esta etapa consiste en capturar la atención de los padres y sus hijos con globos, invitándolos al inicio del recorrido. Para poder conseguir su globo, tendrán que contestar una pequeña encuesta, a los padres se les preguntará si piensan que su

trabajo influye negativamente en el tiempo que pasan con sus hijos, y a los hijos se les preguntará si creen que necesitan pasar más tiempo con sus padres.











### Segunda etapa:

Se les invitará a comenzar un camino fotográfico, cuya primera fotografía es un niño pequeño haciendo una pataleta acompañado de una frase dicha por el padre. Conforme van pasando las fotos, la edad de los niños en las fotografías va aumentando, así como el nivel de gravedad de sus acciones.

Al terminar el camino se le entregará a cada persona un volante indicándoles que la diferencia entre una familia unida con hijos felices y una familia que no pasa tiempo de calidad, está en sus manos. Se les indicará que ahora es el momento de pasar tiempo con sus hijos. Esta pieza incluirá la dirección del fan page de la campaña para que puedan visitarla terminando la implementación.

Después de entregarles el volante y hablar un poco con los padres, se les incentivará a hacer algún cambio en su vida familiar que mejore la relación con sus hijos y escribirlo como un compromiso personal.



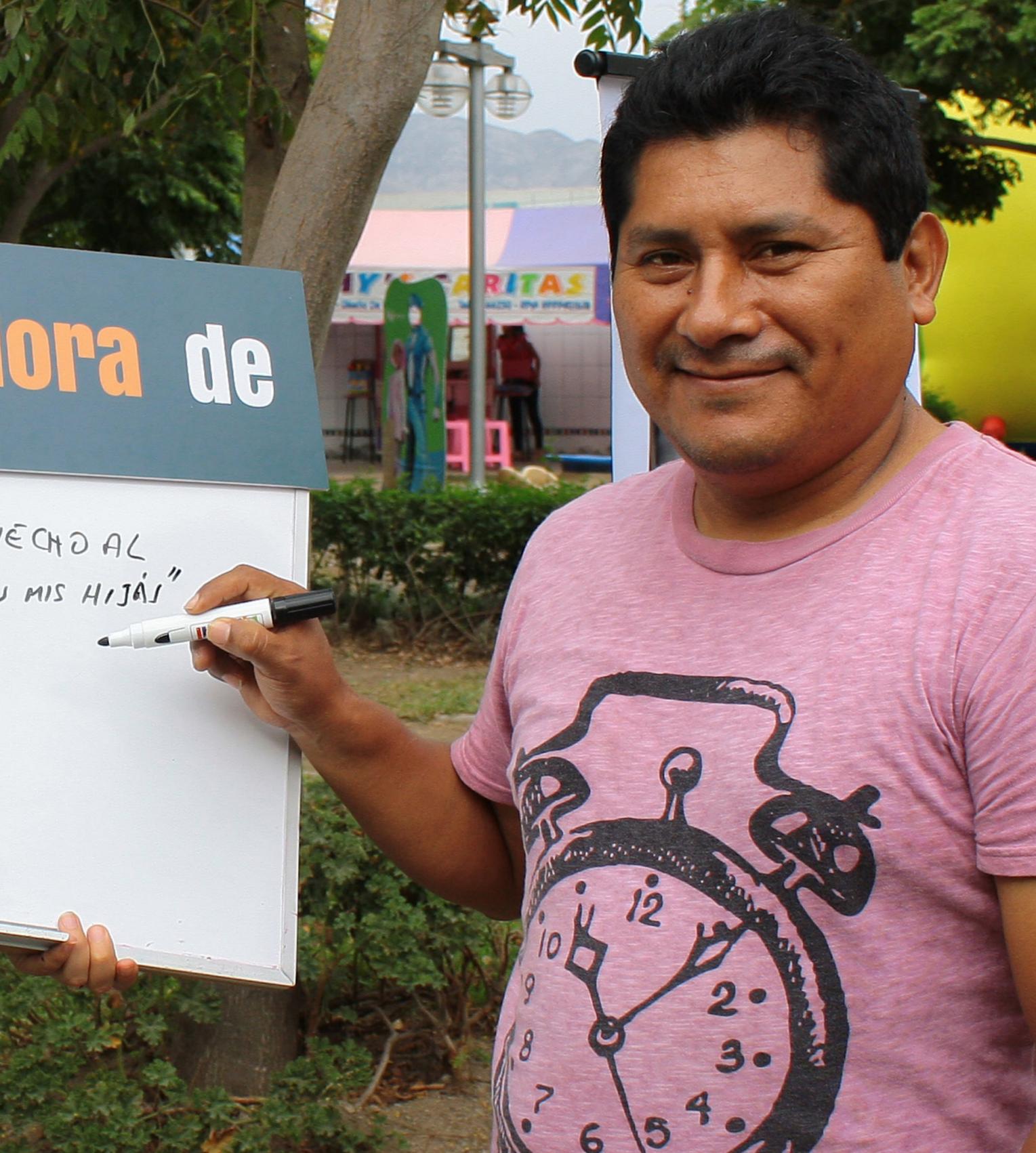






#AhoraEsLaHora de

" SACAR EL MÁXIMO PROVECHO AL  
TIEMPO QUE TENGO CON MIS HIJAS "







Ahora es la Hora

@AhoraEsLaHoraPeru

Inicio

Información

Fotos

Publicaciones

Me gusta

Crear una página



Te gusta Siguiendo Compartir

Más información

Mensaje

Estado Foto/vídeo



Escribe algo en esta página...

Comunidad

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

Fotos

El trabajo de los padres muchas veces dificulta pasar tiempo de calidad con los hijos. ¡¡Padres #AhoraEsLaHora de ACTUAR!!

90 Me gusta

**Tercera etapa:**

Se utiliza la fan page de Facebook para continuar con la concientización sobre este problema a más personas.

Esta página incluirá fotos del proyecto, frases motivadores, consejos a los padres sobre cómo mejorar la comunicación con sus hijos, formas y juegos para pasar un mayor tiempo de calidad, etc.

**Ahora es la Hora** ha añadido 19 fotos nuevas.  
Publicado por Cristina Terrazas [?] · 1 de abril a las 12:18 · 🌐

Nosotros preguntamos: ¿Necesitas pasar más tiempo con tus padres?  
¡Y los pequeños respondieron! #AhoraeslaHora de escucharlos.





16+

170 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

Me gusta Comentar Compartir

Danitza Tello, Andrea Sanchez Torres y 10 personas más

**Ahora es la Hora** ha compartido el video de Buena  
Mente.  
Publicado por Cristina Terrazas [?] · 14 de abril a las 20:21 · 🌐

¿Tuviste un mal día en el trabajo? No dejes que eso afecte el tiempo  
que pasarás en familia. #AhoraeslaHora de disfrutar con tus hijos!



Los niños a quienes normalmente  
se les grita

1 837 388 reproducciones

**Buena Mente**  
10 de abril a las 11:00 · 🌐 [Me gusta esta página](#)

Efectos de los gritos a niños

¡PARA de gritar a tus hijos!. Comparte con todos los padres y madres que  
conozcas.

74 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

**Ahora es la Hora**  
Publicado por Cristina Terrazas [?] · 28 de marzo a las 10:03 · 🌐

Nada como el compromiso de un padre con sus hijos. ¿Te unirías a ellos?  
#AhoraeslaHora de CAMBIAR.



234 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

Me gusta Comentar Compartir

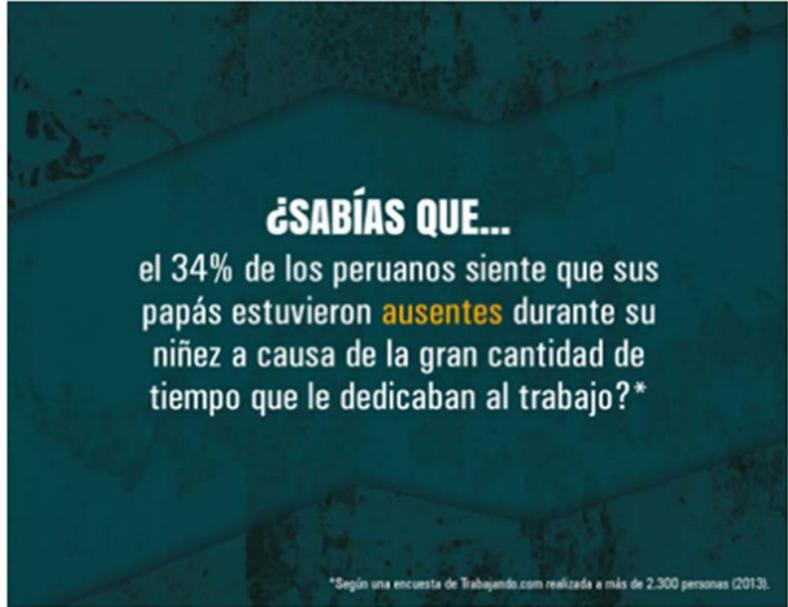
Cecilia Berrocal Landeo, Maritza Maritza y 5 personas más

Se ha compartido 1 vez

[Te gusta](#) [Siguiendo](#) [Compartir](#) [...](#)

**Ahora es la Hora**  
Publicado por Cristina Terrazas [?] · 28 de marzo a las 16:52 · 🌐

#AhoraeslaHora de cambiar esta realidad.



¿SABÍAS QUE...  
el 34% de los peruanos siente que sus  
papás estuvieron **ausentes** durante su  
niñez a causa de la gran cantidad de  
tiempo que le dedicaban al trabajo?\*

\*Según una encuesta de Trabajando.com realizada a más de 2.300 personas (2013).

129 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

DOCUMENTOS QUE ACREDITEN PERMISOS Y TRÁMITES PARA EJECUTAR EL PROYECTO

**USIL**  
UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO DE LOYOLA**

Av. La Fontana 550  
La Molina, Lima - Perú  
tel (511) 317 1000  
www.usil.edu.pe

**Arte y Diseño Empresarial**  
Facultad de Humanidades

**CONSTANCIA**

A quien corresponda:

El que suscribe, se dirige respetuosamente a Uds. a fin de dejar en constancia que la Bachiller Cristina Terrazas Berrocal, identificada con DNI N°73005385, se encuentra realizando su proyecto de investigación: "Falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina", para obtener su título de licenciada.

Se extiende el presente documento para los fines que el interesado estime conveniente.

La Molina, 09 de marzo de 2017

  
Ricardo Tsuchiya Watanabe  
Coordinador Académico  
Arte y Diseño Empresarial  
Facultad de Humanidades



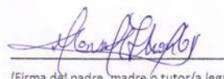
AUTORIZACIÓN

YO, MARISOL FHON GUERRERO  
con DNI 40419861  
como padre/madre o tutor del niño/a THAIS CARRION FHON

Sí doy mi consentimiento  
 NO doy mi consentimiento

Para que la Bachiller Cristina Terrazas pueda utilizar las imágenes de mi hijo/a tomadas para la campaña "Ahora es la Hora" como proyecto de tesis sobre la investigación "La falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina."

La Molina, 12 de MARZO del 2017

  
(Firma del padre, madre o tutor/a legal)

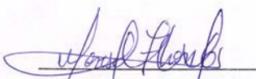
AUTORIZACIÓN

YO, MARISOL FHON GUERRERO  
con DNI 40419861  
como padre/madre o tutor del niño/a SAMARA CARRION FHON

Sí doy mi consentimiento  
 NO doy mi consentimiento

Para que la Bachiller Cristina Terrazas pueda utilizar las imágenes de mi hijo/a tomadas para la campaña "Ahora es la Hora" como proyecto de tesis sobre la investigación "La falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina."

La Molina, 12 de MARZO del 2017

  
(Firma del padre, madre o tutor/a legal)

**AUTORIZACIÓN**

YO, SUSANA DAVID TINEO  
con DNI 10062741  
como padre/madre o tutor del niño/a madre

Sí doy mi consentimiento  
 NO doy mi consentimiento

Para que la Bachiller Cristina Terrazas pueda utilizar las imágenes de mi hijo/a tomadas para la campaña "Ahora es la Hora" como proyecto de tesis sobre la investigación "La falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina."

La Molina, 12 de MARZO del 2017

  
(Firma del padre, madre o tutor/a legal)

Señor Juan Carlos Zurek.

Alcalde del distrito de La Molina.

Le saludo respetuosamente y le solicito sirva autorizar la realización de mi proyecto de investigación: "**Falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina**", para obtener mi título de licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial, el día 26 de Marzo, de 15:00 a 19:00 horas, en el Parque infantil "Bárbara D'Achille" (Alameda del Corregidor Cuadra 5, La Molina).

Adjunto el detalle de mi proyecto y la constancia de la universidad San Ignacio de Loyola.

Así mismo, tengo a bien informarle que la que suscribe es vecina del distrito de La Molina, habitando 23 años en el distrito que usted dignamente dirige.

Agradeciéndole anticipadamente su atención,

La Molina, 10 de marzo de 2017

\_\_\_\_\_  
Cristina Terrazas Berrocal  
DNI: 73005385

**AUTORIZACIÓN**

YO, Jeneth Nuñez Salas  
con DNI 06280939  
como padre/madre o tutor del niño/a Alampierre Calderón Nuñez

Sí doy mi consentimiento  
 NO doy mi consentimiento

Para que la Bachiller Cristina Terrazas pueda utilizar las imágenes de mi hijo/a tomadas para la campaña "Ahora es la Hora" como proyecto de tesis sobre la investigación "La falta de comunicación familiar como consecuencia de la ausencia parental en niños de 6-8 años con residencia en el distrito de La Molina."

La Molina, 20 de 3 del 2017

  
(Firma del padre, madre o tutor/a legal)

**DOCUMENTOS QUE ACREDITEN EVALUACIÓN DE PARES**

Lima, 10 de abril de 2017

Presente.-

Yo, Vilma Marlene Ramos Benites, identificada con D.N.I 41322896, por la presente declaro tener conocimiento y apoyar el proyecto titulado "Ahora es la Hora", implementado por la Srta. Cristina Terrazas Berrocal, identificada con D.N.I 73005385.

Del mismo modo, declaro estar conforme con todas aquellas actividades que se realizaron con el fin de concientizar a los padres sobre la falta de comunicación familiar y sus consecuencias. Considero que la metodología utilizada fue la correcta tomando en cuenta las características de su público objetivo.

Atentamente,



MARLENE RAMOS BENITES  
Licenciada en Educación  
Especialidad: Inglés

Lima, 21 de abril de 2017

Presente.-

Yo, Frecia María Maguiña Guzmán, identificada con D.N.I 72203622, por la presente declaro tener conocimiento y apoyar el proyecto titulado "Ahora es la Hora", implementado por la srta. Cristina Terrazas Berrocal, identificada con D.N.I 73005385.

En ese sentido, declaro como relevante los temas seleccionados durante esta actividad con el fin de prevenir conductas y actitudes poco favorables durante el desarrollo de los menores, mediante la promoción de un clima familiar saludable que permita el empoderamiento de los padres de familia y una adecuada comunicación entre los miembros de la familia.

Expido el presente documento para los fines que ella considere convenientes.

Atentamente,



FRECIA MAGUIÑA GUZMÁN  
Licenciada en Psicología Clínica

Viernes 21 de abril del 2017

A quien corresponda

Presente .-

Yo, Carmen Rosa Mansilla Falcón, identificada con D.N.I. 08869469, licenciada en Educación por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, considero que la campaña “Ahora es la hora” de la diseñadora gráfica Cristina Terraza Berrocal con DNI 73005385, muestra las consecuencias de una sociedad con núcleos de familias desorientadas hacia una formación sin armonía, organización y planificación que conlleva a consecuencias desencadenantes en la sociedad.

El concepto del proyecto en sí, sumado a los elementos gráficos, logran transmitir efectivamente el mensaje al espectador. El tema y la locación escogida para el proyecto son correctos, puesto que es evidente la falta de la imagen paterna y muchos casos en familias disfuncionales generándose una concientización en las personas que se interesaron en el tema y notaron la implicancia de este problema en su propia salud. Finalmente, puedo afirmar que este proyecto es una gran contribución a nuestra sociedad y educación, a través del mismo, donde se pueden informar generando cambios sumamente importantes para la educación en familia la cual los conlleva a una vida con independencia y autonomía para asumir los retos de futuro y ser mejores padres para formar hijos con derechos y deberes la cual ante determinadas circunstancias asuman los problemas teniendo juicio crítico y facilidad para asumir nuevos retos en su vida diaria y así contribuir al crecimiento familiar.

Expido el presente documento para los fines que ella considere convenientes.

Atentamente,

Carmen Rosa Mansilla Falcón

Licenciada en Educación

Miraflores, 14 de abril de 2017

A quien corresponda

Presente.-

Yo, Erika Ruiz Odría, identificada con D.N.I 42749171, licenciada en Arte y Diseño Empresarial por el Instituto San Ignacio de Loyola, considero que la campaña “Ahora es la Hora” de la diseñadora gráfica Cristina Terraza Berrocal, identificada con D.N.I 73005385, cumple con su objetivo de concientizar a los padres sobre la falta de comunicación familiar y sus consecuencias.

Considero que la gráfica es la adecuada, así como el uso de la fotografía como pieza principal. Consigue dar un mensaje claro y directo sobre un problema de vital importancia.

Expido el presente documento para los fines que ella considere convenientes.

Atentamente,

Erika Ruiz Odría

Licenciada en Diseño Gráfico

# Conclusiones

- 1.** La presencia no sólo física sino también emocional de los padres en la vida de sus hijos es sumamente importante para el correcto crecimiento y crianza de los niños.
- 2.** El trabajo de los padres es importante para mantener una solidez económica en la familia; sin embargo, si esto se vuelve una prioridad antes que pasar tiempo con los hijos, las consecuencias podrían ser muy negativas en los niños.
- 3.** La mejor manera de causar un impacto en las familias se encuentra en atender a cada una de manera particular y a través de una comunicación que los lleve a la experiencia y finalmente a la reflexión.
- 4.** Los padres de la Molina, en su mayoría, muestran una sincera y real preocupación con respecto al tema. El sólo hecho de recordarles las posibles consecuencias negativas en sus hijos los hizo colaborar en la implementación y comprometerse a mejorar.

# Recomendaciones

- 1.** Es importante continuar con este proyecto para seguir llevando más padres a la reflexión. Podría implementarse en más lugares del distrito de la Molina y luego continuar el trabajo en otros distritos.
- 2.** En cuanto a la duración de la implementación, se podría dejar más tiempo el camino fotográfico para que más personas puedan verlo.
- 3.** Durante la implementación, se podría contar con la ayuda de personas en el staff que tengan el objetivo de buscar familias en los alrededores para animarlos a participar de la dinámica.
- 4.** Añadir merchandising en la siguiente implementación ayudará a dirigir al público objetivo a la página de Facebook y al mismo tiempo servirá como una herramienta para ayudar a recordar el evento. Esto con la finalidad de que más padres puedan seguir recibiendo consejos y ánimos de parte del equipo.
- 5.** Sería recomendable coordinar con los diferentes colegios de la zona y aprovechar las reuniones de padres que tienen programadas con la finalidad de realizar la dinámica con ellos.
- 6.** Es importante tener un estimado de cuantas personas podrían participar de la implementación y de esta manera tener suficientes materiales para abarcar a todos sin excepción.
- 7.** Eventualmente se podría aprovechar las herramientas de anuncios de Facebook para identificar al público objetivo y realizar una exposición fotográfica en línea.
- 8.** Además, se podría aprovechar la opción de "transmisión en vivo" para compartir la implementación en tiempo real y así animar a más personas a asistir al evento.

# BIBLIOGRAFÍA

1. Abarca, M. C. (1981): "Comunicación funcional en la familia. Mimeografiado." Bogotá: Universidad Nacional.
2. Agudelo, D. M. (2008): "Características de ansiedad y depresión en estudiantes universitarios", pp. 34-39. Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga.
3. Aguirre, E. (2000): "Socialización: Prácticas de crianza y cuidado de la salud." Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
4. Antolínez, B. (1991). "Comunicación Familiar." Bogota: Revista Avances en Enfermería.
5. APEIM – Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2016). "Niveles Socioeconómicos 2016." Lima: APEIM
6. Aumont, J. (1992): "La imagen." Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
7. Baumrind, D. (1977): "What research is teaching us about the differences between authoritative and authoritarian child-rearing styles in D.E. Hanachek." Boston: Allyn & Bacon.
8. Belinchón, M., Igoa, J. M. & Rivière, A. (1992): "Psicología del lenguaje. Investigación y teoría." Valladolid: Editorial Trotta
9. Berger, J. (1998): "Mirar." Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
10. Bernstein, B. (2000): "Hacia una sociología del discurso pedagógico." Bogotá: Magisterio.
11. Bourdieu, P. (1984): "Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste", pp. 466-468. Cambridge: Harvard University Press.
12. Bowlby, J (1968): "Los cuidados maternos y la salud mental." Washington, DC: OMS/OPS
13. Calvo, M, (2015): "La importancia de la figura paterna en la educación de los hijos: estabilidad familiar y desarrollo social." Madrid: Instituto Internacional de Estudios sobre la Familia.
14. Coll, C. (1998): "Psicología de la Educación", pp. 165-168. Barcelona: Universidad Oberta de Cataluña
15. Coloma, J. (1993): "La familia como ámbito de socialización de los hijos." Madrid. Narcea.
16. De Fleur, M. (1982): "Teoría de la comunicación de masas", pp. 215. Madrid: Paidós.
17. ElComercio.pe (2017). #ACasaTemprano: Una campaña para que los niños disfruten más tiempo con sus padres. [online]. Recuperado de: <http://elcomercio.pe/publirreportaje/acasatemprano-una-campana-para-que-ninos-disfruten-con-padres> [Revisado: 23/03/17].
18. Escandell Vidal, M. V. (1996). "Introducción a la pragmática." Barcelona: Ariel Lingüística.
19. Escandell Vidal, M. V. (2005). "La comunicación." Madrid: Gredos.
20. Fajardo, L. (2009): "A propósito de la Comunicación Verbal", pp. 124-126. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia
21. Fischer, N. (1990): "Les domaines de la psychologie sociale: Le champ du social." Paris: NARCEA S.A.
22. Fox, W.H. (1844): "The pencil of Nature." London: Longman, Brown, Green and Longmans.
23. Freund, G. (1993): "La fotografía como documento social." Barcelona: Gustavo Gili.
24. Gallino, L. (1983): "Diccionario de Sociología", pp. 426-429. México: Siglo XXI Editores.
25. Gamarnik, C. (2011): "Los Usos Sociales de la Fotografía durante las primeras décadas de su historia." Buenos Aires: Rehime
26. Grice, H. P. (1989): "Studies in the Way of Words." Cambridge: Harvard University Press.
27. GrupoGloria.com (2017). Grupo Gloria [online]. Recuperado de: <http://www.grupogloria.com/quienes.html> [Revisado: 23/03/17].
28. Hernández, A. (1998): "Familia, Ciclo vital y psicoterapia sistémica breve." Bogotá. El Buho LTDA, p. 25-26.
29. Hobsbawm, E. (2003): "La era de la revolución. 1789-1848." Buenos Aires: Crítica.
30. IKEA.com (2017). Acerca del Grupo IKEA - IKEA. [online] Recuperado de: [http://www.ikea.com/ms/es\\_ES/this-is-ikea/about-the-ikea-group/index.html](http://www.ikea.com/ms/es_ES/this-is-ikea/about-the-ikea-group/index.html) [Revisado: 23/03/17].
31. Lakoff, G. (1990). "The invariance hypothesis: is abstract reason based on image-schemas?." [online] Recuperado de: <https://georgelakoff.files.wordpress.com/2011/04/the-invariance-hypothesis-in-cognitive-linguistics-11-lakoff-1990.pdf> [Revisado: 23/03/17].
32. Ledo, M. (1998): "Documentalismo fotográfico." Madrid: Ediciones Cátedra
33. López, C., Puerto, J., López, J., Y Prieto, M. (2009): "Percepción de los estilos educativos parentales e inadaptación en menores psiquiátricos." Murcia: Ediciones de la Universidad de Murcia.
34. López, M. (2010): "Conflictos en la crianza. La autoridad en cuestión. Un estudio intercultural." Cali: Universidad del valle.
35. The McGraw Hill Companies (2012). Recuperado de: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175743.pdf>
36. Oliveros, F. (1985): "Autonomía y Autoridad de la Familia." Pamplona: EUNSA.
37. Papalia, D. (2009): "Desarrollo Humano", pp. 282-320. México: Mc Graw Hill.
38. Raya, A. F. (2008): "Estudio sobre los estilos educativos parentales y su relación con los trastornos de la conducta en la infancia." Córdoba: Universidad de Córdoba.
39. Rodrigo, M.J. (1998): "Familia y Desarrollo Humano." Madrid: Alianza Editorial.
40. Roudinesco, E. (2005): "La Familia en Desorden", pp. 18, 19. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina SA.
41. Satir, V. (1975): "Haciendo Gente." Caracas: Universidad Central de Venezuela.
42. Serrano, M.M. (1982): "Teoría de la comunicación – Epistemología y análisis de la referencia." Madrid: Gráficas Valencia.
43. Shorter, E. (1975): "The Making of the Modern Family", pp. 56. New York: Basic Books.
44. Sobrino, L. (2008): "Niveles de satisfacción familiar y de comunicación entre padres e hijos." Lima: UNIFE.
45. Sontang, S. (1977): "On photography." New York: Farrar, Straus and Giroux
46. Sontang, S. (1981): "Sobre la fotografía." Barcelona: Edhasa.
47. Sperber, D. & Wilson, D. (1986). "Relevance. Communication and Cognition. Cambridge: Harvard University Press.
48. Sperber, D. & Wilson, D. (1994). "Relevancia: comunicación y procesos cognitivos." Madrid: Visor.
49. Subgerencia de Desarrollo Institucional (2012). "Boletín de indicadores demográficos del distrito de La Molina." lima: Municipalidad de La Molina.
50. Subgerencia de Desarrollo Institucional (2012). "Compendio Estadístico Municipal 2012." Lima: Municipalidad de La Molina.
51. Todorov, t. (1981). "Mikhail Bakhtine. Le principe dialogique." Paris: Editions du Seuil.
52. Torío, S., Peña, J., Inda, M. (2008): "Estilos de educación familiar." Revista Psicothema. Volumen 20. No. 1. P. 62-70.
53. Twc2.org.sg. (2017). Organisation | Transient Workers Count Too. [online] Recuperado de: <http://twc2.org.sg/who-we-are/organisation/> [Revisado: 23/03/17].
54. Unife.edu.pe. (2017). UNIFÉ - Proyección Social. [online] Recuperado de: <http://www.unife.edu.pe/proyeccion-social/index.html> [Revisado: 23/03/17].
55. Van Dijk, T. (2002): "El análisis crítico del discurso y el pensamiento social", pp. 1, 18-24. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra
56. Van Dijk, T. (2000): "El discurso como interacción social (vol. ii)", pp. 22. Barcelona: Gedisa.
57. Vygotsky, L. (1970): "Pensamiento y lenguaje. Comentarios críticos de Jean Piaget."