



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**CAMPAÑA SOCIAL DE PROMOCIÓN DE VALORES
PARA PREVENIR EL BULLYING EN CENTROS
ESCOLARES EN LA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC**

T E S I N A

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
ESPECIALIDAD EN PUBLICIDAD**

P R E S E N T A

PAOLA MELISSA ABREU GONZÁLEZ



Asesora: Xochitl Sen Santos

Ciudad Universitaria, 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mi querida madre Juana María, quien me dio lo más importante -la vida- y que con su ejemplo y apoyo constante guió mis pasos a este momento. A mi padre José Francisco, quien sé que siempre me acompaña desde donde esté y que con infinito amor y confianza me enseñó a lograr mis objetivos y dar lo mejor de mí. A ambos todo mi respeto, cariño y admiración.

A mis hermanos, Waldo, Juan Carlos, José Francisco y Christian, quienes me quieren, apoyan, respaldan, inspiran, consuelan... las palabras sobran y el espacio falta. A ellos, en quienes sé que siempre puedo confiar, todo mi amor y agradecimiento.

A mis amados abuelitos, Waldo y Carmita, quienes siempre tienen una sonrisa, una palabra de aliento, un beso y un abrazo, y quienes protagonizan muchos de los recuerdos más queridos de mi infancia.

A mis tíos -Emira, Waldo y Jesús- y primos, por todo su amor y respaldo incondicional. A mi tía Madalina, que siempre vela por mí y ha sido en mi vida una fuente de apoyo, soporte, consejos y cariño. A mi casi tía María Luisa, que ha estado en las buenas y las malas. A mi sobrina Yuki, por su cariño.

A mis amigos, la familia que he ido formando a lo largo de mi vida: Elizabeth, Mauricio, Rosalba, Héctor, Sara, Lorena, Diana. Cada uno de ustedes ha sido trascendental en mi vida y no tengo palabras para agradecerles el cariño, la comprensión y el ánimo que me han brindado.

A mi asesora Xochil Sen, sin cuyo apoyo, aliento e infinita paciencia este proyecto no se hubiera materializado. A mis sinodales Silvia González, Adela Mabarak, Patricia Arroyo y Verónica Romero, sin cuyas sugerencias y aportaciones este proyecto no hubiera llegado a buen fin.

Por último y no menos importante, a mi *Alma Mater*, la Universidad Nacional Autónoma de México, a quien debo experiencias, amistades, educación, valores y muchas cosas más que han forjado mi carácter y mi sentido de compromiso con la sociedad.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 1 |
| Capítulo 1: El <i>Bullying</i> . | |
| 1.1. ¿Qué es el <i>Bullying</i> ? | 5 |
| 1.2. Los actores..... | 12 |
| 1.3. Los efectos del <i>bullying</i> | 19 |
| Capítulo 2: Prevención y valores | |
| 2.1. ¿Por qué prevenir?..... | 25 |
| 2.2. ¿Qué es un valor? | 27 |
| 2.3. La prevención a través de los valores..... | 28 |
| 2.4. Los valores..... | 30 |
| Capítulo 3: Campaña social de promoción de valores | |
| 3.1. Análisis de la situación..... | 36 |
| 3.2. Mezcla de mercadotecnia..... | 44 |
| 3.3. Estrategia publicitaria..... | 53 |
| 3.4. Plataforma creativa..... | 57 |
| 3.5. Ejecuciones y racionales creativos..... | 58 |
| Conclusiones..... | 76 |
| Anexo..... | 80 |
| Fuentes..... | 92 |

INTRODUCCIÓN

El término “*bullying*” es relativamente reciente. Su uso data desde finales de la década de los setenta, cuando comenzaron a realizarse investigaciones respecto del acoso entre escolares. Sin embargo, el fenómeno en sí es mucho más añejo; incluso, se podría suponer que el *bullying* se ha presentado desde la instauración de los centros escolares como tal, cuando se empezaron a formar relaciones de poder entre los estudiantes.

El fenómeno del *bullying* -también conocido como “acoso entre pares”, “acoso entre escolares” o “violencia escolar”- abarca diversas definiciones. En su libro *El acoso en la escuela: Los agresores, las víctimas y los espectadores*, Sandra Harris y Garth F. Petrie lo definen como “una conducta intencionadamente agresiva y dañina de una persona o un grupo de personas con mayor poder, dirigida repetidamente contra una persona con menos poder, normalmente sin que medie provocación”.¹

De ello se desprende que el acoso entre pares involucra al menos dos participantes: quien ejerce la agresión (el victimario) y quien la recibe (la víctima), entre quienes hay algún tipo de inequidad de poder. Por lo general se incluye un tercer participante: el espectador, aquel que es testigo de los actos agresivos pero que no interviene, ya sea por complicidad o temor.

Como se señaló, el acoso entre pares no es un suceso nuevo, o poco frecuente; se ha dado a lo largo de la historia y es incluso un lugar común en diversas expresiones culturales, como son historietas, películas, libros, programas televisivos y más. Por ello, existe a veces la tendencia a caracterizar el *bullying* como algo “normal” e incluso “necesario” en la vida de todo estudiante, pues existe la creencia de que sobreponerse a la agresión de los pares le dará al estudiante algunas herramientas necesarias para su desarrollo emocional y psicológico.

Sin embargo, aquellos que se han dedicado al estudio de la problemática del acoso entre escolares sostienen que éste no es, ni debe considerarse como un fenómeno “normal” o “natural”, y que es necesario hacer los esfuerzos pertinentes que lleven a su erradicación. Los daños que causan las conductas de agresión entre los niños y jóvenes -sean estos víctimas, agresores o espectadores- tienen efectos a largo plazo y contribuyen de manera negativa en su formación como adultos.

¹ Sandra Harris; Garth F. Petrie. *El acoso en la escuela: Los agresores, las víctimas y los espectadores*. Paidós, España, 2006. p. 18.

En años recientes ha surgido mayor interés por la problemática social que representa el *bullying*, en parte por algunos trágicos sucesos incitados por el acoso sufrido por algunos estudiantes a manos de sus compañeros. En algunos casos, los efectos del *bullying* son trágicos: de acuerdo con Francisco Castillo, funcionario de la Procuraduría General de la República, uno de cada seis adolescentes que han sido víctimas de agresiones se suicida. En 2009, señaló Castillo, el saldo fatal del *bullying* fue de 190 suicidios de adolescentes.² Por ello, es necesario llevar a cabo estrategias que brinden soluciones al conflicto.

El acoso entre escolares ha cobrado importancia en los medios, los cuales recopilan historias e información al respecto y sirven para dar contexto a la magnitud del fenómeno. La atención sobre el fenómeno no es para menos: de acuerdo con la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), tres de cada 10 estudiantes del nivel primaria en México han sido víctimas de una agresión por parte de un compañero, lo que representa un riesgo para los 18 millones 781 mil 875 niños que estudian primaria o secundaria, puesto que cualquiera de ellos puede ser víctima de las agresiones.³

Las instituciones escolares, a su vez, han reconocido la importancia de detectar y abordar el *bullying* dentro y fuera de las aulas. México no ha sido la excepción, y tanto la Secretaría de Educación Pública a nivel federal, como la Secretaría de Educación en el Distrito Federal han implementado programas y talleres dirigidos a atacar la problemática del acoso entre escolares. Sin embargo, las campañas hasta ahora realizadas se enfocan en la detección y combate a las actitudes agresivas entre los estudiantes, pero no a la prevención del problema mismo.

Así, los programas de la SEP -el Programa Nacional Escuela Segura- y de la ciudad de México -el programa Escuelas Sin Violencia-, dedican sus esfuerzos principalmente a la detección oportuna del acoso entre escolares, a proponer soluciones viables para dar salida a los conflictos entre los estudiantes, y a concientizar a los padres, alumnos y profesores sobre la problemática a través de talleres, pláticas y materiales; dejando de lado el aspecto preventivo.

Tomando en cuenta lo anterior, la presente es una propuesta de campaña piloto de publicidad social entre estudiantes de sexto de primaria de la delegación

² Juan Arvizu. “‘Bullying’, causa de suicidio”, en *El Universal*. Ciudad de México, Sábado 28 de mayo de 2011, en <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/185763.html>

³ Silvia Otero. “Tres de cada 10, víctimas de bullying: CNDH”, en *El Universal*. Ciudad de México, sábado 16 de abril de 2011, en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/759705.html>

Cuauhtémoc, con miras a contribuir en la prevención del *bullying* a nivel secundaria, a través de la promoción de cuatro valores fundamentales, que se consideran claves para concientizar a los alumnos sobre el efecto que tienen sus actos sobre el prójimo, y así contribuir en sus actitudes respecto de sus compañeros:

- La empatía, o la capacidad de ponerse en el lugar del otro y hacerse partícipe de sus sentimientos.
- La tolerancia, o el respeto a las ideas, creencias, costumbres, actitudes o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.
- El respeto, (particularmente el respeto al prójimo y el respeto propio) la consideración hacia la integridad y los derechos de los otros y de uno mismo.
- La responsabilidad, la capacidad de reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado por decisión propia. En particular, poner énfasis en que los sujetos se responsabilicen por sus conductas agresivas.

Se eligió como *target* de la campaña a los alumnos de sexto de primaria, con el interés de modificar sus conductas hacia sus compañeros antes de que inicien la secundaria, que es una época en la que muchas de las agresiones entre los escolares se agudizan, además de ser una etapa complicada para los niños, ya que muchos físicamente se encuentran en pleno proceso de transición a la adolescencia; donde psicológicamente comienzan a ser más independientes y a establecer las características permanentes de su personalidad; y socialmente se profundizan las diferencias de poder entre los grupos y alumnos.

El propósito particular de la campaña es proponer el diseño de un minijuego en línea que sirva de apoyo en la promoción de los valores señalados, con miras a fomentar a través del juego dichas cualidades particulares entre los sujetos, y por ende, incidir en sus actitudes con respecto al *bullying*. El diseño del videojuego será fresco, sencillo, ligero y didáctico, para que su uso sea accesible a la población meta y a la vez no consuma demasiados recursos de la computadora, necesite de una conexión a internet sofisticada o tarde en cargarse en los equipos.

La elección de un minijuego como vehículo para fomentar los valores señalados se dio debido a que es un medio al cual pueden incorporarse elementos didácticos con facilidad y que resulta atractivo para los niños y jóvenes en general, por su naturaleza lúdica, y de acceso relativamente fácil en la región. Las posibilidades de utilizar videojuegos como herramientas educativas ya han sido

planteadas por diversos autores, quienes afirman que su práctica estimula la atención, la memoria, la concentración espacial, la resolución de problemas, la creatividad e incluso el pensamiento crítico.⁴ Ante ello, la presente propuesta pretende explotar las cualidades pedagógicas y el atractivo que representan los videojuegos para los niños.

El primer capítulo del presente trabajo pretende dar un contexto del *bullying* como tal: lo que se entiende por maltrato escolar, los involucrados y sus consecuencias. En el segundo capítulo contextualizamos lo que son los valores, su importancia y lo que entendemos por cada uno de los valores señalados. El tercer capítulo aborda la propuesta de campaña social de promoción de valores, la cual es un esfuerzo por contribuir en el combate al problema que representa el acoso entre escolares.

⁴ Julián Pindado. "Las posibilidades educativas de los videojuegos. Una revisión de los estudios más significativos" en *Pixel-Bit. Revista de Medios y de Educación*. Universidad de Sevilla, España, julio 2005, número 026. pp. 55-67.

CAPÍTULO UNO: EL *BULLYING*

En este primer capítulo, se aborda el concepto de *bullying*, o maltrato entre escolares; se hace una descripción general del tema y de los roles que juegan los actores, así como de los efectos que tiene el fenómeno sobre la población involucrada.

1.1. ¿Qué es el *bullying*?

Dentro del ámbito escolar es común que se establezcan relaciones de poder entre los alumnos. Aunque en principio los tratos comienzan siendo simétricos o paritarios, sin roles superiores o inferiores, existen casos en los que algunos niños dominan a otros que consideran más débiles.⁵ Los factores que pueden influenciar estos vínculos son diversos: físicos (edad, altura, atractivo), sociales (económicos, culturales, religiosos), psicológicos (autoestima, trastornos de aprendizaje), etc.

Los “iguales” se definen como aquellas personas que se encuentran en una posición social semejante o par. Los pares están conscientes y asumen su condición de equidad o simetría social dentro de un grupo, y saben también que socialmente son asimétricos con respecto a otros.⁶ Los estudiantes, por ejemplo, están al tanto de que socialmente no son pares de sus profesores, pero saben que lo son de sus compañeros de aula.

Es normal, hasta cierto punto, que algunos alumnos sean socialmente más dominantes y otros más sumisos. Pero cuando las diferencias de poder son excesivas, o se ejercen de manera agresiva entre pares, la situación se vuelve dañina para todos los involucrados. Se crean relaciones de dominio-sumisión, sobre las que se basan conductas y prácticas para controlar al más débil a través de la intimidación, la falta de respeto y la exclusión.⁷

Como Rosario Ortega señala al respecto:

*A veces, la microcultura de los iguales incluye claves de dominio y sumisión interpersonal que van más allá de lo moralmente tolerable, y entonces el grupo puede convertirse en un modelo de referencia negativo para el desarrollo social. Aparece un fenómeno de prepotencia, o desequilibrio en el estatus social que un chico/a establece con otro o que un grupo de ellos establece con un estudiante en particular: son esquemas de malas relaciones que pueden adquirir diferentes grados de peligrosidad para el desarrollo social y la convivencia en el centro educativo.*⁸

⁵ María Victoria Trianes Torres. *La Violencia en contextos escolares*. Ediciones Aljibes, Málaga, 2000. p. 24.

⁶ Rosario Ortega Ruiz. *Educación la convivencia para prevenir la violencia*. A Machado Libros, Madrid, 2000. p. 43.

⁷ María Victoria Trianes Torres. Op. cit. p. 24.

⁸ Rosario Ortega Ruiz. Op. cit. p. 33.

Es en estos entornos donde el *bullying* se desarrolla.

El acoso en el ambiente escolar no es, sin duda, un fenómeno nuevo. Sin embargo, fue hasta finales de la década de 1960 y principios de los setenta, que en Suecia surgió un interés por el fenómeno social que representa la conducta agresiva entre los estudiantes y sus efectos; de estos investigadores es particularmente relevante el escandinavo Daniel Olweus, quien se consolidó como una autoridad en el tema.⁹ El Dr. Olweus, quien se ha dedicado por más de 35 años a estudiar la dinámica del maltrato entre escolares y crear estrategias para su detección e intervención, es actualmente considerado como el máximo experto en la materia.

El fenómeno conductual de la violencia entre escolares tiene varios nombres: se habla de acoso, violencia, intimidación, maltrato o agresión entre pares, compañeros, iguales, escolares, alumnos, etc. Todos estos términos y sus variaciones sirven para definir de manera general la misma situación: es una conducta dañina que se desarrolla entre niños y jóvenes, particularmente dentro de un entorno escolar. Aunque todos los vocablos anteriormente señalados sirven para denominar el mismo fenómeno social, se ha generalizado el uso del término "*bullying*" en los contextos pedagógicos y psicológicos a nivel internacional.

Cabe señalar una observación: aunque el término "*mobbing*" -derivado de la palabra anglosajona "*mob*" ("turba" en español), que se refiere al acto de agresión o asedio que realizan varias personas (generalmente en masa, de manera que adquieren un cierto grado de anonimato) sobre un grupo o individuo- es aún utilizado en los países nórdicos para designar la problemática del maltrato entre escolares, en la actualidad esta palabra ha ido adquiriendo connotaciones más acorde al acoso en el contexto laboral.

Más aún: si bien es cierto que al iniciar las investigaciones sobre el tema se hizo referencia al *mobbing*, vale hacer la distinción de que en un principio los estudios se enfocaron sobre las agresiones grupales, haciendo poco caso a las situaciones individuales. Una vez que se cayó en cuenta de la importancia del fenómeno de la agresión individual, se comenzó a utilizar la palabra "*bullying*".¹⁰

Ante las consideraciones antes expuestas, es preferible utilizar la palabra *bullying* en vez de *mobbing*. Asimismo, es importante notar que el empleo de la expresión "*bullying*" es aceptado ampliamente en los estudios que se llevan a cabo al

⁹ Sandra Harris; Garth F. Petrie. *El acoso en la escuela: Los agresores, las víctimas y los espectadores*. Paidós, España, 2006. p. 17.

¹⁰ Victor Manuel Meza Velasco. *Violencia entre pares: prevalencia en la Escuela Preparatoria del estado "Mazatán" y su correlación con disfunción familiar*. Trabajo que para obtener diploma de Especialista en Medicina Familiar, México, UNAM, Facultad de Medicina, Tapachula, Chiapas, 2009. p. 5.

respecto en todo el mundo¹¹, convirtiéndose así, prácticamente, en la denominación más recurrida para designar el fenómeno.

El término “*bullying*” -vocablo anglosajón que ha sido traducido en términos simples al español como “matonismo”, “intimidación” o “agresión física”- comúnmente se asocia a la palabra “*bull*” (toro, en español) por la similitud entre ambas. Aunque bien es posible que las características asociadas a los toros - fuerza, arrebatos, violencia, estampidas- hayan influido en cierta medida en lo que hoy se entiende por *bullying*, la etimología parece ligar el término a la palabra danesa “*boel*” (hermano, amante), cuyo significado inicialmente positivo fue deteriorándose paulatinamente hasta adquirir connotaciones negativas (acosador de los débiles, fanfarrón). Se sugiere, incluso, una posible liga entre “amante” y “rufián” en la expresión de “protector de una prostituta”, lo cual podría ofrecer una explicación de la degradación del vocablo.¹²

El problema que representa el *bullying* va mucho más allá de un mal comportamiento de parte de un alumno: no se trata únicamente de actos de insubordinación o desobediencia infantil o juvenil. El comportamiento del agresor busca dañar a un tercero: “No debemos confundir el abuso y los malos tratos con la indisciplina, con la que podría guardar similitud [...] La indisciplina es un comportamiento que va contra las normas y, sin embargo, el abuso es una agresión contra las personas que, más allá de las pautas de convivencia, ataca lo más profundo de su personalidad y su desarrollo social.”¹³

En términos prácticos el *bullying*, como señala María Victoria Trianes Torres, es “un comportamiento prolongado de insulto, rechazo social, intimidación y/o agresividad física de unos alumnos contra otros, que se convierten en víctimas de sus compañeros”.¹⁴ Pero una definición más exhaustiva de la violencia entre pares, precisa Olweus, debe incluir una serie de criterios: es agresivo e intencionalmente dañino; se produce de forma repetida; se da en una relación en la que hay un desequilibrio de poder; y suele originarse sin provocación alguna por parte de la víctima.¹⁵

Tomando lo anterior en cuenta, Sandra Harris y Garth F. Petrie definen el acoso en la escuela como “una conducta intencionadamente agresiva y dañina de una persona o un grupo de personas con mayor poder, dirigida repetidamente contra

¹¹ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 17.

¹² Cfr. Harper Douglas. “Bully” en *Online Etymology Dictionary*, Dictionary.com. <http://dictionary.reference.com/browse/bully> (julio 14, 2011); y Adriana Espinosa de los Monteros González. *Asociación de violencia entre pares y presencia de depresión en estudiantes de educación media, quinto y sexto de primaria*. Tesis de especialista en psiquiatría, México, UNAM, Hospital Español, 2010. p. 5.

¹³ Rosario Ortega Ruiz. Op. cit. p. 50.

¹⁴ María Victoria Trianes Torres. Op. cit. p. 23.

¹⁵ Dan Olweus. Citado por Sandra Harris y Garth F. Petrie. Op. cit. p. 18.

una persona con menos poder, normalmente sin que medie provocación”.¹⁶ Es decir, se entiende por *bullying* aquella actitud agresiva e intimidatoria que ejerce de manera repetida un alumno o un grupo de alumnos sobre un compañero, entre quienes hay una relación de poder inequitativa, sin que éste último haya incitado o provocado los altercados.

Las conductas agresivas involucradas en el *bullying* son varias. Incluyen el maltrato físico, como golpes, patadas, empujones; las intimidaciones y amenazas; las burlas, apodos y motes; la exclusión social, no dejar a un individuo participar en una actividad, ley de hielo, o menosprecio; el daño, pérdida o robo a los útiles, mochilas u otros objetos ajenos; y cualquier otro tipo de acto violento.

Manuel y Laura Armas distinguen que entre las formas que puede presentar el acoso escolar se encuentran la intimidación:

*[..] física: atacar físicamente a los demás, robar o dañar sus pertenencias, dar empujones, patadas, puñetazos, agresiones con objetos, obligarlos a que entreguen dinero o sus cosas; verbal: poner motes, insultar, contestar con tono desafiante o amenazador, resaltar de forma constante un defecto físico o acción; psicológica: acciones encaminadas a minar la autoestima y a fomentar la inseguridad y el temor; y social: excluir a un chico del resto del grupo, intentar aislar, haciendo correr rumores groseros y chismes sobre las personas, no dejarles participar en los juegos.*¹⁷

Ahora bien, no todos los conflictos que se suscitan entre alumnos son *bullying*; las diferencias entre los escolares se producen continuamente y son conductas normales e inevitables de la vida escolar. El problema surge cuando la manera de solucionar los problemas es agresiva. Como aclaran David y Roger Johnson, “lo que determina que los conflictos sean destructivos o constructivos no es su existencia, sino el modo en que se los maneja.”¹⁸

Asimismo, no todas las burlas se consideran una conducta agresiva; entre compañeros “pares” o “similares” las burlas son normales, e incluso apropiadas en ciertos contextos, pues estimulan la socialización. Las burlas se convierten en *bullying* cuando hay una diferencia de poder entre quien las hace y quien las recibe, pues dejan de ser simples bromas y se vuelven conductas intimidatorias.

Como menciona John Pearce, las burlas “pueden ser sin mala intención y divertidas, pero la intimidación siempre implica hacer daño a alguien emocional y/o

¹⁶ Ídem.

¹⁷ Manuel Armas Castro; Laura Armas Barbazán. *Qué me dices de... violencia escolar*. Nova Galicia Edicións, España, 2006. p. 14.

¹⁸ David W. Johnson; Roger T. Johnson. *Cómo reducir la violencia en las escuelas*. Paidós, Argentina, 2002. p. 29.

físicamente”¹⁹. Alejandro Castro Santander propone, por su parte, que las burlas son acoso cuando son repetidas o prolongadas, cuando son amenazas o resultan en violencia, o cuando llevan consigo algún contacto físico inapropiado.²⁰

Cabe señalar que por “intimidación” se entiende aquella situación donde una persona o un grupo con mayor poder somete y amenaza con agredir a otra persona o grupo más débil.²¹ La agresión -palabra que viene del latín *aggredi*, que significa “atacar”- se entiende como aquella situación donde alguien está dispuesto a imponer su voluntad de manera forzosa sobre alguien o algo, aunque esto pueda dañarle física o psicológicamente.²²

Detrás de la intimidación, agrega Pearce, además de agresividad, existe el deseo de ser más fuerte, mejor, más listo que la víctima y quedar por encima de él; por ello se explica por qué hay gente que intimida, aquellos que se vuelven víctimas y quienes hacen ambas cosas. Dentro de las burlas maliciosas e intimidatorias, continúa el autor, se encuentran aquellas que son sobre nombres poco corrientes; el grado de inteligencia o torpeza; la aptitud deportiva; los defectos físicos y el aspecto físico; los acentos; la ropa poco común o de bajo costo; las costumbres que se consideran peculiares; y el color de piel.²³

Por su parte, Harris y Petrie distinguen el acoso en la escuela como directo e indirecto. El acoso directo son las provocaciones o burlas, los moteos, a crítica verbal injusta, los gestos de amenaza u obscenos, las miradas amenazantes, los golpes, el uso de un arma o amenaza de usarla, y robar o esconder las pertenencias de las otras.

El acoso indirecto, por su parte, es cuando se influye para que otros provoquen, se burlen, usen los moteos, para que critiquen injustamente o para que hagan daño físico a alguien; cuando se difunden rumores sobre otras personas, cuando se hacen llamadas telefónicas anónimas, cuando se ignora intencionalmente a otros, o cuando se excluyen a otros a propósito.²⁴

En México, a medida que el tema del acoso entre escolares ha ido cobrando importancia para las autoridades educativas y la población civil, se han hecho algunos esfuerzos por conocer el alcance del fenómeno en el país. Gracias a éstos, se cuenta con cifras que permiten aproximarse a la magnitud y características del problema en el contexto local.

¹⁹ John Pearce. *Peleas y provocaciones: cómo ayudar a tu hijo a controlar su agresividad*. Paidós, España, 1996. pp. 17, 18.

²⁰ Alejandro Castro Santander. *Desaprender la violencia: un nuevo desafío educativo*. Bonum, Argentina, 2005. pp. 62.

²¹ John Pearce. Op. cit. pp. 17, 18.

²² *Ibíd.* p. 57.

²³ *Ibíd.* pp. 18, 19.

²⁴ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 19.

Así, de acuerdo con los resultados del *Estudio exploratorio sobre maltrato entre compañeros y compañeras en escuelas primarias y secundarias del Distrito Federal*, realizado por la Secretaría de Educación del Distrito Federal (SE DF) y la Universidad Intercontinental (UIC) en el 2008, se conoce que en las primarias capitalinas las agresiones más comunes son las siguientes:

| Tipos de maltrato en la Primaria | % |
|--|----------|
| Verbal (insultos, burlas, bromas desagradables, apodosos o poner sobrenombres hirientes, amenazas verbales, chantajear) | 41% |
| Físico (golpes, empujones, zapes, rasguños, poner el pie para que el otro trastabille y caiga) | 23% |
| Psicológico o relacional (ostracismo, que implica por parte de quien ejerce violencia conductas de indiferencia y omisión hacia quien sufre la intimidación, aislar a alguien, excluirlo y hacer como si no existiera) | 13% |
| Cyberbullying (Molestar con el celular, mail, chat y/o chismógrafo virtual) | 4% |

Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.

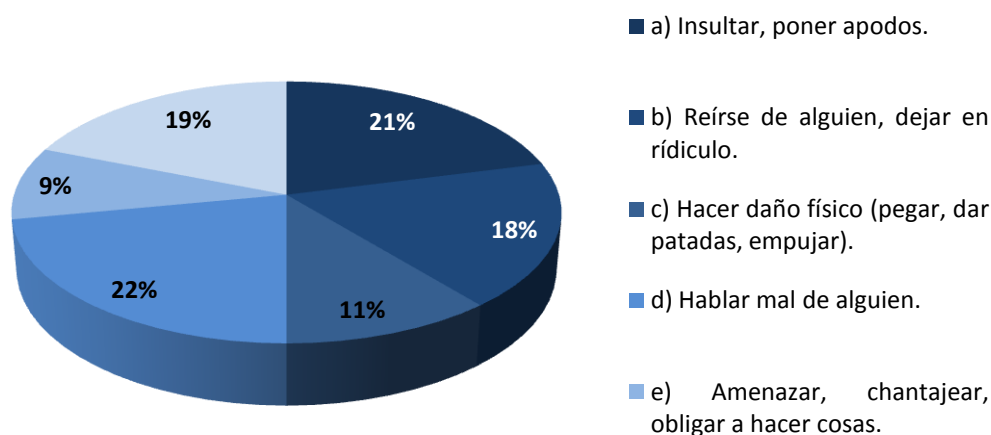
Aunque el robo y el maltrato sexual pueden catalogarse como maltrato físico, el estudio resalta que ambas conductas presentan una frecuencia relevante, con los robos y daños a sus pertenencias -como útiles, prendas de vestir, objetos personales- alcanzando un 11%, y el maltrato sexual (el acoso sexual con actos y comentarios) un 8 por ciento.²⁵

En el documento, la SE DF y la UIC señalan los roles que juegan los alumnos en su entorno social: 80% de los encuestados se consideran a sí mismos como agresores, víctimas y testigos; 13% se declara como víctima y testigo del maltrato; y 2% se incluye únicamente en el papel de víctima.

Por su parte la Fundación en Movimiento, una asociación civil dedicada a ayudar a erradicar el *bullying* o acoso escolar en la República Mexicana, realizó en octubre de 2010 una encuesta a 430 personas. Entre los datos recopilados durante el ejercicio se encuentran los siguientes:

²⁵ La muestra a nivel primaria estuvo conformada por 1138 estudiantes de 14 escuelas. Se trabajó con los últimos grados escolares: un 34% de los estudiantes perteneció a 4to grado, un 31% a 5to y un 29% a 6to. Una pequeña proporción (6%) quedó conformada por alumnos y alumnas de 3ro (a pedido expreso de algunas escuelas).

¿Cuáles son en tu opinión las formas más frecuentes de maltrato entre compañeros/as? Marca todas las opciones con las que estás de acuerdo.



26

Como se puede observar, la última gráfica es más detallada en cuanto a conductas específicas, señalando actitudes agresivas concretas sin agruparlas por tipos. Asimismo, al ser una muestra mucho más pequeña, no es tan representativa como la de la SE DF y la UIC.

Al compararlas, es evidente que ambas coinciden en que el tipo de acoso que más se da en las escuelas de la ciudad de México es el verbal. No obstante, mientras que la primera encuesta sitúa al acoso físico en segundo lugar, las estadísticas de Fundación en Movimiento hacen lo propio con las agresiones psicológicas o relacionales.

A su vez, el Consejo Ciudadano de Seguridad Pública y Procuración de Justicia del DF dio a conocer que atendió 381 reportes de *bullying* en el ciclo escolar que concluyó en julio de 2011. De esos, se encontró que 89% eran procesos de acoso real en contra de estudiantes, principalmente de nivel primaria y secundaria. De los casos reportados, 49% fueron de agresiones físicas y psicológicas; 30% únicamente agresiones psicológicas; y 26% sólo agresiones físicas. Por último, el consejo señaló haber contabilizado siete casos de *ciberbullying*.²⁷

²⁶ "Estadísticas sobre Bullying." Fundación en Movimiento. <http://fundacionenmovimiento.org.mx/bullying/estadisticas> (julio 10, 2011).

²⁷ Fernando Martínez. "Reportan 381 casos de 'bullying'" en *El Universal*. Ciudad de México, jueves 14 de julio de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/107092.html>.

1.2. Los actores

Como se ha señalado, en la dinámica del maltrato entre escolares intervienen al menos dos participantes: el que lo ejerce y quien lo recibe. No obstante, es común que se involucre a un tercer actor: el espectador, testigo pasivo de las agresiones. A continuación se describen las características de los actores involucrados en el fenómeno del *bullying*.

1.2.1. Los agresores

Los alumnos que ejercen actos de intimidación sobre sus compañeros pueden ser nombrados de diversas maneras: agresores, victimarios, maltratadores, matones, etc. El término anglosajón, comúnmente utilizado en textos sobre el tema, es “bully”. De acuerdo con Castro Santander, la traducción aproximada de la palabra sería “bravucón” o “matón” y, señala, entre las acciones propias de éste estarían “los maltratos o amenazas de manera que intimida, tiraniza o aísla, y por ello convierte a alguien en víctima.”²⁸

En general existe consenso sobre las conductas y actitudes que los definen como tales. Para Manuel y Laura Armas, entre las características del comportamiento del agresor o intimidador se encuentran las siguientes:

- a. *Justificar los actos violentos: dirá que se trataba de tan sólo una ‘broma’ o de un juego.*
- b. *No asume la responsabilidad de sus actos: los culpables siempre son los demás, dirá que el otro es un ‘imbécil’ o un ‘chivato’.*
- c. *Se disculpa negando lo evidente: dice cosas como ‘yo sólo pasaba por allí’, ‘tuve que defender a mi amigo’, ‘no quería hacerle daño pero él me obligó’.*
- d. *Sólo reclama sus derechos, olvidándose de los deberes.*
- e. *Se considera la víctima en lugar del maltratador: justifica que él no maltrata, que sólo se defiende de una agresión.*
- f. *Reacciona con una agresividad desmedida al ser reprendido.*
- g. *Muestra la necesidad de llamar la atención e impresionar: hace cualquier cosa por un poco de popularidad, ya que él no es un líder natural, ni cae bien, ni es el más querido.*²⁹

Grosso modo, se pueden considerar dos tipos de agresores: los malignos y los no malignos. Aunque los niños y jóvenes que acosan e intimidan a sus compañeros no están siempre conscientes de en qué medida sus actos dañan a sus víctimas, la mayoría de ellos se percata de que al otro no le agrada la situación, pero continúan sus agresiones. A esto el investigador australiano Ken Rigby lo denomina como “acoso maligno”, donde el agresor evidentemente disfruta con lo que hace, mientras que el agredido se siente oprimido e impotente.

²⁸ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 52.

²⁹ Manuel Armas Castro; Laura Armas Barbazán. Op. cit. p. 18.

Para que una agresión se considere maligna se consideran siete elementos: “existe un deseo inicial de hacer daño; el deseo se lleva a la práctica; alguien sufre ese daño; una persona o un grupo con mayor poder hace daño a otro con menor poder; no existe provocación; la conducta se suele repetir; el agresor disfruta de hacer daño a la persona más débil.”³⁰

El acoso no maligno, en cambio, se parece más a las burlas, a un juego, a una práctica de apariencia inocua con la que el agresor consigue algún tipo de placer, señalan Harris y Petrie.³¹ Es importante resaltar que aunque por lo general este victimario no sabe el daño que se produce, sigue siendo una situación agresiva que debe enfrentarse y detenerse.

Harris y Petrie distinguen el acoso en la escuela como directo e indirecto, donde uno es frontal y directo (golpes, burlas, robos, amenazas, etc.), mientras que el otro recae en el acto de influir para que otros sean quienes ataquen, ignoren, critiquen o difundan rumores sobre el afectado.³² Castro Santander, por su parte, considera que es posible dividir a los maltratadores en tres: activos, que agreden personalmente a su víctima estableciendo una relación directa con ella; social-indirectos, que desde el anonimato dirigen e incitan a otros a intimidar a un tercero; y pasivos, aquellos que son seguidores del victimario principal, pero no participan de manera personal en los actos de acoso.”³³

Las maneras en que se da el acoso usualmente son distintas entre los niños y las niñas. Los hombres son más dados a convertirse en *bullies* (así como víctimas), y sus agresiones tienden a ser directas: maltrato físico, ataques verbales directos, intimidación, daño a las pertenencias y actos por el estilo. Las mujeres, por su parte, recaen en métodos indirectos más sutiles: esparcir rumores, excluir a alguien de grupos o actividades, ignorar la presencia de la víctima, burlas veladas, etc.

Para tener una aproximación sobre la situación en el país vale señalar que, de acuerdo con los datos de Fundación en Movimiento, 53% de los encuestados aceptaron alguna vez haber intimidado a algún compañero, comparado con 35% que aseguró jamás haberlo hecho. Nueve por ciento admitió acosar a otros con cierta frecuencia, y 3% dijo hacerlo todos los días. Entre las razones que dieron para hacerlo están las siguientes:

- 38% aseguraron no haber intimidado a nadie.
- 25% porque habían sido provocados.
- 5% porque a ellos se lo hacían otros.
- 3% porque sus víctimas eran diferentes.

³⁰ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 19.

³¹ Ídem.

³² Ídem.

³³ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 56.

- 2% porque al agredido era más débil.
- 12% por molestar.
- 15% por gastar una broma.³⁴

En cambio, la encuesta realizada por la SE DF y la UIC dio las siguientes cifras como resultados:

| Razones por las cuales los agresores dicen maltratar a sus compañeros | Primaria | Secundaria |
|---|----------|------------|
| Porque se sienten provocados | 53% | 44% |
| Porque es una broma | 17% | 18% |
| Por molestar | 5% | - |
| Por estar enojado | 8% | 6% |
| No contestaron | 17% | - |
| Por venganza | - | 10% |
| Porque los hace sentirse bien | - | 2.5% |

Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.

Hay varias razones por las cuales un niño puede volverse un agresor, pero la mayoría de los autores considera que gran parte de las conductas nocivas -como la violencia- son adquiridas o desarrolladas en el hogar. Es decir, si un pequeño aprende que la forma de establecer vínculos es a través de la agresión, generalizará esas actitudes a todas sus relaciones sociales, incluyendo a su propia familia, y no sólo vivirá inmiscuido en una cultura de violencia, sino que la pasará a su vez a sus hijos.

Como señala Alejandro Castro Santander “[...] la familia es el lugar donde el ser humano se desarrolla biológica y psíquicamente, construye su identidad; es ámbito de contención afectiva, de aprendizaje de conductas, de transmisión de valores. La violencia es una desviación social familiar. Un grupo familiar cuyo modo de resolución de conflictos es violento, será un modelo para los hijos testigos de esa violencia [...]”³⁵

Por violencia, entendemos también la definición ofrecida por Castro Santander, (quien además hace énfasis en que en su cualidad de fenómeno social, porque se desarrolla dentro de las relaciones humanas; y de fenómeno psicológico, porque afecta a los individuos de manera personal):

³⁴ “Estadísticas sobre Bullying.” Fundación en Movimiento.
<http://fundacionenmovimiento.org.mx/bullying/estadisticas> (julio 10, 2011).

³⁵ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 29.

[...] el uso o amenaza de uso de la violencia física o psicológica, con intención de hacer daño de manera recurrente y como una forma de resolver conflictos.

.....
[La violencia cuenta con] tres componentes básicos: a) la intencionalidad en el uso de la fuerza o del poder; b) la generación de un daño y; c) el fin perseguido, en el que subyace el ejercicio de alguna forma de poder, bien sea a nivel del hogar, escolar, público o de grupo.³⁶

Se teoriza también que algunos niños se convierten en agresores para compensar su condición de víctimas en casa. Es decir, si son abusados o maltratados en su hogar, buscarán a su vez victimizar a otros, ya sea para sentirse poderosos, menos vulnerables, o porque es la única manera en que saben convivir.

Los victimarios creen que al maltratar a otros obtienen diversos logros, como generar temor entre sus pares, hacer amigos, desquitarse, obtener respeto, ganar una pelea y lograr tener la obediencia de sus compañeros.

En los casos donde los *bullies* no son víctimas de violencia intrafamiliar, se cree que sus agresiones pueden tener motivos muy diversos; lo hacen “para llamar la atención, por imitar actitudes de los padres o hermanos, por sentirse superiores o poderosos, por ser aceptados por sus compañeros, por no entender las diferencias de los otros, y por influencia de los medios de comunicación masiva.³⁷

El estudio exploratorio de la SE DF y la UIC menciona que un 25% de los alumnos encuestados refirió haber aprendido a ser violentos primordialmente de la sociedad, un 13% de la televisión y otro 13% de los videojuegos. Sólo un 3% admitió haber aprendido de su familia e incluso de los maestros. Sin embargo, es muy probable que muchos niños no estén conscientes de que ciertas actitudes, ya normalizadas y aceptadas en su entorno familiar, son violentas y agresivas.

1.2.2. Las víctimas

Las víctimas son aquellos niños o jóvenes que son agredidos de manera repetida por otros compañeros que, como se señaló con anterioridad, no se encuentran en paridad de condiciones al ser más dominantes e intimidantes. En general, se tiene una imagen de que son más tímidos, callados y nerviosos, o que son menores de edad o más pequeños de tamaño que sus victimarios, lo que los expone en mayor medida que otros a ser acosados.

Castro Santander señala que se considera a las víctimas como:

- *más débiles, inseguras, ansiosas, cautas, sensibles, tranquilas y tímidas;*
- *con baja autoestima;*
- *pasan más tiempo en su casa;*
- *excesiva protección de los padres, lo que genera niños dependientes;*

³⁶ *Ibidem.* pp. 23, 24

³⁷ *Ibidem.* pp. 58, 59.

- tienen contacto estrecho y una relación positiva con sus madres;
- no son fuertes físicamente;
- no son agresivos ni violentos y sufren en silencio los ataques del agresor;
- no buscan entrar en conflicto;
- muestran altos niveles de ansiedad e inseguridad.³⁸

Si bien algunos de los agredidos cuentan con algunas o todas esas características, no es necesario que se cumplan para que se dé el acoso. Hay casos, por ejemplo, donde un niño de menor edad o tamaño, pero con mayor popularidad o poderío social, puede maltratar a otro que sea mayor o más corpulento. También, hay ocasiones en las que niños extrovertidos llegan a ser víctimas de maltrato, independientemente de que sean sociables.

Harris y Petrie dividen a las víctimas en dos categorías: las pasivas y las provocadoras. Las pasivas, que los autores consideran son la mayoría, son niños “ansiosos, inseguros, callados, que tienen miedo a la confrontación, lloran o se incomodan fácilmente y tienen pocos amigos. Padecen de una baja autoestima y raramente denuncian los incidentes de acoso o violencia, porque temen las represalias. [...] Las víctimas pasivas se sienten faltas de atractivo, estúpidas y fracasadas.”³⁹

Entre las víctimas pasivas frecuentemente se encuentran aquellos que son menores o más débiles que sus agresores, por lo que temen defenderse e incitar la ira del matón aún más. Tienen poco sentido del humor y a veces se describen como individuos deprimidos.

Las víctimas provocadoras, continúan los autores, son en cambio:

*[...] más activas, firmes, y en cierto modo más seguras de sí mismas. Aunque también son individuos ansiosos, emocionalmente son más reactivos. Tienden a molestar a los compañeros y a burlarse de ellos, hasta que son víctimas de las represalias. Sin embargo, cuando la víctima provocadora se defiende, suele hacerlo sin eficacia alguna, pero sigue defendiéndose aunque pierda la batalla. Son víctimas que pueden sufrir alguna discapacidad de aprendizaje o que tienen tal carencia de destrezas sociales que son insensibles ante los demás alumnos.*⁴⁰

Daniel Olweus describe a la víctima provocadora como, generalmente, la persona menos popular entre sus compañeros, ya que su conducta suele ser problemática, generando que todos reaccionen de manera negativa ante ella.

³⁸ Ibídem. p. 57.

³⁹ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 22, 23.

⁴⁰ Ibídem. p. 23.

La Comisión Nacional de Derechos Humanos estima que al menos tres de cada diez estudiantes de primaria en México han sido víctimas de *bullying*.⁴¹ Sin embargo, muchas víctimas mantienen silencio sobre los actos de maltrato que reciben. Tienen la percepción de que poco puede arreglarse reportándolo, que sus padres o maestros no les van a creer, que las agresiones van a aumentar de hablar con alguien, que sólo son bromas, o que deben de aguantar el acoso. Esto exagera el problema, pues en muchos casos los familiares o las autoridades no se percatan en lo absoluto de que la situación se está dando.

El estudio de la SE DF y la UIC, encontró que entre las razones que dan las víctimas de por qué son acosados están las siguientes:

| Razones por las cuales los alumnos creen ser intimidados | Primaria | Secundaria |
|--|----------|------------|
| Porque son más débiles que los demás | 18% | 8% |
| Porque se trata de una broma | 33% | 16% |
| Porque quienes les molestan se divierten haciéndolo | 33% | 23% |
| Porque provoca al agresor | - | 9% |
| Porque es diferente | - | 19% |

Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.

Más aún, un 4% de la población muestra dijo sentir que merecía la violencia recibida, creyendo que hacía algo para provocar los ataques de su victimario.

Las estadísticas de la Fundación en Movimiento, a su vez, señalan que 46% de los encuestados aseguran no haber sido intimidados nunca. De los que admiten haber sufrido acoso, 24% dicen no saber por qué razón son agredidos; 4% creen que es por haber provocado al bully; 6% opina que es porque es diferente a ellos; 4% porque es más débil; 10% considera que sólo es por molestarlo; 4% por gastar una broma; y 2% porque se lo merece.

1.2.3. Los espectadores

Existe un tercer grupo involucrado en el ciclo del *bullying*: los espectadores. Estos son aquellos alumnos que son testigos de los actos de violencia entre sus compañeros, pero no son partícipes de las agresiones.

Aunque el espectador ve lo que pasa, señalan Harris y Petrie, no comprende la situación lo suficiente como para hacerse cargo de sus emociones al respecto o

⁴¹ Silvia Otero. "Tres de cada 10, víctimas de bullying: CNDH", en *El Universal*. Ciudad de México, sábado 16 de abril de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/759705.html>

elaborar estrategias de prevención de conductas intimidatorias entre sus compañeros.

El tercer afectado, distingue Ana María Leva:

*[...] es quien mira el o los hechos violentos, quienes la sufren indirectamente sin poder hacer algo de la manera que fuere y/o por los motivos que fueren; los que, conscientes de los acontecimientos, no pueden evitar que el hecho de produzca o que se le repare con justicia, acrecentando con ello la situación violenta de origen. Muchas veces, el tercero, el que es espectador directo en una situación de violencia, también la define ya sea por acción o inacción frente a la misma.*⁴²

Es decir, el espectador es una víctima indirecta del maltrato escolar, pues se siente obligado a ser testigo de las intimidaciones que sufre algún compañero, pero es incapaz de -o no desea- involucrarse en o detener la situación y, al no hacer nada para poner un alto a la agresión, frecuentemente se convierte en partícipe de la situación.

Esta incapacidad de actuar o involucrarse genera en el espectador sentimientos de culpa, remordimiento, molestia, miedo, e incluso -en casos de exposición continua- indiferencia. Sin embargo, el espectador no interviene para prevenir o detener las agresiones porque cree que el acosado “se lo merece” o porque teme convertirse en la siguiente víctima del *bully*.

Como indica Leva, “quien es espectador directo o indirecto de una situación de violencia, y por los motivos que fueren se siente obligado a callar o a hacer de cuenta que nada ha pasado, está siendo impulsado a hacerse cargo de cierto grado, ya sea de culpabilidad o complicidad.”⁴³

De acuerdo con la Fundación en Movimiento, al preguntarle a los niños por qué creían que algunos niños intimidaban a otros, el 45% dijo que era por molestar; el 18% opinó que era porque se metían con sus agresores; el 17% dijo que porque los victimarios eran más fuertes; y 20% creyó que era por gastar una broma.

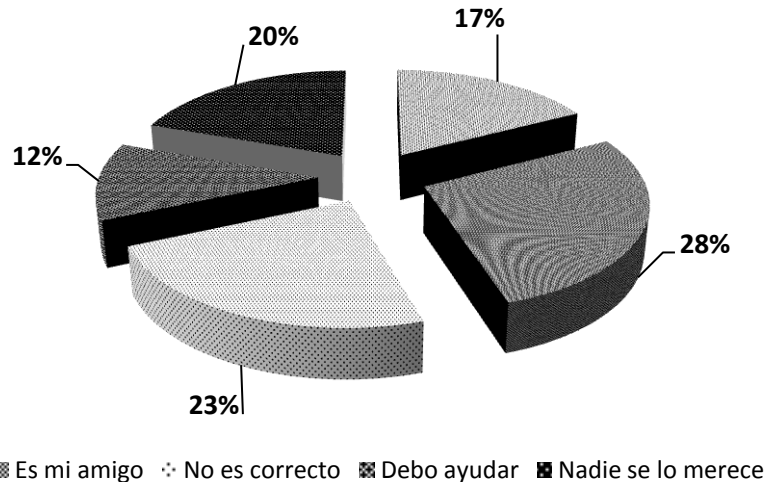
El documento de la SE DF y la UIC señala que, al presenciar actos de acoso en las primarias, los espectadores tienden a realizar dos tipos de acciones: positivas y negativas. Dentro de las acciones positivas se encuentran el avisar a alguien 46%; y ayudar a la víctima de alguna manera (29%). Las acciones negativas, como quedarse mirando o abandonar la escena, sin intervenir, suman el 22 por ciento de los encuestados.

Cuando intervienen, señala el estudio, es por razones distintas:

⁴² Ana María Leva (comp.); et al. *Violencia en la escuela: prevención para crecer en valores*. Euro México, Colombia, 2005. p.44.

⁴³ *Ibidem*. p.56.

COMO TESTIGO DE MALTRATO, SI INTERVIENES ES PORQUE...



En esta figura se puede observar la respuesta de los y las estudiantes testigos del maltrato en cuanto a por qué intervienen de hacerlo.⁴⁴

En el caso opuesto, cuando los espectadores no intervienen, señalan que esto es debido a las siguientes razones: no les interesa (19%); no son sus amigos (17%); los maestros lo hacen (16%); les divierte (11%); es peligroso (28%); y 9% no contestó.

1.3. Los efectos del *bullying*

El *bullying* es un fenómeno social que tiene consecuencias negativas para todos los involucrados: agresores, víctimas y espectadores. Cada uno de los implicados sufre las secuelas del acoso a su manera. Como señala Rosario Ortega Ruiz: "las víctimas sufren un serio deterioro de la autoestima y el autoconcepto; los agresores se socializan con una consciencia de clandestinidad, que afecta, de forma grave, a su desarrollo sociopersonal y moral, acercándoles peligrosamente a la precriminalidad; los espectadores también pueden verse moralmente implicados teniendo sentimientos de miedo y culpabilidad."⁴⁵

Los efectos negativos del maltrato escolar pueden ser a largo plazo, pues tienen la posibilidad de modificar la conducta de los participantes: fijando conductas nocivas

⁴⁴ Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.

⁴⁵ Rosario Ortega Ruiz. Op. cit. p. 67.

en los victimarios, y generando traumas en las víctimas y los espectadores. Aún más: en casos severos, el acoso entre escolares puede llevar a la depresión o incluso el suicidio.

De acuerdo con Francisco Castillo, funcionario de la Procuraduría General de la República, en México uno de cada seis adolescentes que han sido víctimas del maltrato escolar se suicida. Tan sólo en el 2009, señaló Castillo, el saldo fatal del *bullying* fue de 190 suicidios de adolescentes.⁴⁶ En estos casos extremos, los afectados se sienten profundamente deprimidos, creen que no hay manera de solucionar la situación y deciden que es preferible morir a seguir viviendo de esa manera.

Conforme avanzan los estudios sobre el tema, las autoridades educativas y sociales se van percatando del riesgo que representa el *bullying* -un riesgo completamente prevenible si se ataca de manera integral y oportuna- y de la importancia de hacer frente a la problemática.

A continuación, se desglosan las consecuencias del matonismo por participante.

1.3.1. Efectos en los agresores

A corto plazo, los actos de acoso pueden generar en los victimarios una variedad de emociones. El *Estudio exploratorio sobre maltrato entre compañeros y compañeras en escuelas primarias y secundarias del Distrito Federal* dio a conocer los siguientes datos:

| ¿Qué sienten los <i>bullies</i> al agredir? | Primaria | Secundaria |
|---|----------|------------|
| Culpa | 35% | 26% |
| Maldad | 20% | 11% |
| Tristeza | 13% | 8% |
| Poder por sobre su víctima | 13% | - |
| Se sienten justos | - | 11% |

Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.

Por otra parte, los niños que fueron *bullies* durante la infancia y adolescencia pueden sufrir efectos perjudiciales a largo plazo, debido en parte a que, al estar involucrados en situaciones violentas, sus personalidades adquieren o fijan características agresivas. Los victimarios aprenden a solucionar sus conflictos

⁴⁶ Juan Arvizu. "Bullying, causa de suicidio", en *El Universal*. Ciudad de México, Sábado 28 de mayo de 2011, en <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/185763.html>

mediante actitudes nocivas y obtener lo que desean a través de la imposición y la fuerza.

Además, al constantemente imponer su voluntad sobre los otros, los agresores dejan de aprender y ejercitar cualidades importantes para su desarrollo posterior como entes sociales y económicos, como son la cooperación, la conciliación, la negociación, el trabajo en equipo, los modales e incluso el respeto.

Harris y Petrie señalan que los adultos que admiten haber intimidado a otros durante su etapa escolar tienden a sufrir mayores grados de depresión, tienen más probabilidades de salir de la escuela más tarde que sus contemporáneos, cometer actos delictivos y ser sentenciados por conducir bajo los efectos del alcohol.

Asimismo, es más común que aquellos que fueron *bullies* al crecer traten a sus hijos y conyugues con más agresividad y mayor severidad. A su vez, sus hijos tienen mayores probabilidades de crecer y convertirse en agresores, perpetuando de esa manera el ciclo vicioso del maltrato entre pares.⁴⁷

1.3.2. Efectos en las víctimas

La víctima parece ser el participante que sufre las mayores consecuencias del *bullying*. La víctima del maltrato escolar sufre, entre otras muchas cosas:

- *Fracaso y dificultades escolares.*
- *Ansiedad y ansiedad anticipatoria.*
- *Insatisfacción.*
- *Fobia a ir al colegio, ausentismo.*
- *Riesgos físicos.*
- *Formación de una personalidad insegura que impide el desarrollo normal e integral.*
- *Descenso de la autoestima al no lograr resolver los ataques.*⁴⁸

El estudio de la SE DF y la UIC distingue las emociones inmediatas de los niños y jóvenes que son víctimas del *bullying*:

| ¿Cómo se sienten los alumnos al ser maltratados? | Primaria | Secundaria |
|--|----------|------------|
| Enojado/a | 42% | 16% |
| Tristeza | 19% | 6% |
| Miedo | 7% | 8% |
| Les "da igual" | 26% | - |

⁴⁷ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. pp. 23, 24.

⁴⁸ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 57.

| | | |
|--------------|---|----|
| Humillación | - | 4% |
| Impotencia | - | 4% |
| Se lo merece | - | 2% |

Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.

Los efectos a corto plazo son varios. En un primer momento, los niños agredidos evitan ir la escuela por miedo, por lo que tienen una asistencia menos regular a clases. Sus calificaciones resienten el acoso, ya que el estrés que les produce el miedo disminuye su capacidad de aprendizaje. Cuando hay violencia física, los niños sufren dolencias, golpes, empujones, fracturas, etc.

En cuanto al ámbito social, las víctimas comúnmente cuentan con pocos amigos, lo que las hace sentir aisladas de los demás y solitarias. Ortega Ruiz refiere que “la falta de amigos/as o el fracaso repetido en lograr un grupo social cercano, provoca sentimientos de inseguridad e inestabilidad social, lo que afecta a la autoestima, devolviendo al chico/a una imagen de sí mismo/a deteriorada o empobrecida. Ser ignorado/a, percibirse como un individuo sin amigos o aislado, puede llegar a ser más doloroso que cualquier otro problema académico.”⁴⁹

Frecuentemente, la víctima llega a culparse a sí misma del acoso que es objeto y sufre problemas emocionales severos, como depresiones, trastornos de sueños, conductas alteradas, fobias e incluso agresividad. La víctima del maltrato, opina Castro Santander, “se culpa por no ser ‘matón’ y por no responder a la violencia que recibe con violencia. Esto le provoca sentimientos muy contradictorios, volviéndose irritable, inseguro y asustadizo.”⁵⁰

Aún peor, Harris y Petrie indican que “los alumnos que han sido víctimas de acoso de forma crónica pueden correr un mayor riesgo de padecer otros problemas de salud mental, como esquizofrenia o tener ideas de suicidio.”⁵¹

De prolongarse la victimización, advierte Castro Santander, los efectos a largo plazo son terribles: se dan cuadros de neurosis, histeria y depresión, reacciones violentas, e intentos de suicidio.⁵² Harris y Pietre coinciden, señalando: “parece que el hecho de haber sido víctima del acoso en la escuela produce en los niños unos efectos a largo plazo, entre ellos, una menor autoestima, un mayor absentismo, depresión y suicidio.”⁵³

⁴⁹ Rosario Ortega Ruiz. Op. cit. 36.

⁵⁰ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 108.

⁵¹ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 63.

⁵² Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 58.

⁵³ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 24.

Harris y Pietre distinguen un riesgo particular de las víctimas: éstas pueden llegar a convertirse en agresores más adelante, cayendo dentro de la categoría de “acosador/víctima”, que, señalan, “son víctimas del acoso que admiten su condición de acosadores.”⁵⁴ Su adaptación social y emocional es más deficiente, tienen actitudes más problemáticas, su condición física tiende a ser pobre, pero aún así atacan hacia alumnos más débiles; y tienen mayor necesidad de tomar represalias.⁵⁵

Desafortunadamente, los niños dentro de esta categoría corren el riesgo de seguir siendo implicados en actos de intimidación durante más tiempo que los otros grupos de niños, permaneciendo involucrados en la cultura de la violencia por un periodo más largo.

1.3.3. Efectos en los espectadores

Para los espectadores, el ver cómo se intimida a un compañero tiende a generarles sentimientos enfrentados, como el enfado, la tristeza, el miedo y la indiferencia. Los testigos sienten culpa por no ayudar a la víctima, pero a su vez temen que les pueda ocurrir lo mismo.⁵⁶

De acuerdo con el documento de la SE DF y la UIC, en un primer momento la mayoría (57%) de los observadores o testigos del maltrato hacia sus compañeros en las primarias y secundarias reprueban las conductas agresivas y el 30 % piensa que quien ejerce violencia es cruel. Sin embargo, el 22% de ellos dicen no meterse porque consideran “peligroso” hacerlo.

A nivel primaria solamente, 63% de los testigos reprueba la violencia y siente enojo ante ella; 15% siente agrado al ser testigo del maltrato que reciben otros; y 5% siente gusto, si quien recibe violencia “se lo merece.”

Con el tiempo, los efectos que el *bullying* tiene sobre quien presencia las agresiones se van fijando en su personalidad. Harris y Petrie mencionan que estudios al respecto indican que las víctimas y los espectadores reaccionan fisiológicamente de manera similar ante el acoso. Quienes se ven implicados en actos de intimidación, ya sea como los agredidos o como testigos, durante cierto lapso comienzan a “reprimir los sentimientos de empatía hacia los demás, una reacción que los desensibiliza ante conductas negativas en la escuela.”⁵⁷

Además de temer equivocarse o ser víctimas de agresiones, los espectadores parecen sufrir una pérdida de autorespeto y con el tiempo van perdiendo su confianza. Se van desensibilizando ante las conductas del agresor y llegan a

⁵⁴ Ibídem. p. 25.

⁵⁵ Ibídem. p. 62.

⁵⁶ Ibídem. p. 26.

⁵⁷ Ídem.

sentirse menos solidarios con las víctimas, en especial los varones. Algunos consideran -o eventualmente llegan a creer- que el *bullying* hacia un compañero no es asunto suyo.

La incapacidad (o falta de deseo) de actuar tienen consecuencias a largo plazo sobre este tercer involucrado, pues influye en la opinión y creencias que el espectador tiene sobre sí mismo; creencias y opiniones a las que recurrirá para formarse un concepto de su persona y su autoestima.

CAPÍTULO 2: PREVENCIÓN Y VALORES

En este capítulo se detalla la necesidad de la prevención como medio para disminuir la agresión en los centros escolares; se hace hincapié en la importancia de la promoción de valores; y se describe qué se entiende por cada uno de los valores que serán retomados por esta campaña.

2.1. ¿Por qué prevenir?

La problemática del *bullying* ha ido cobrando importancia en México en fechas recientes, de tal manera que tanto la Secretaría de Educación Pública (SEP) a nivel federal, como la Secretaría de Educación en el Distrito Federal (SE DF) han implementado programas dirigidos a atacar el fenómeno del maltrato entre escolares.

Así, el Programa Nacional Escuela Segura, de la SEP y el programa Escuelas Sin Violencia, de la SE DF, dirigen su enfoque principalmente a la detección oportuna del acoso entre escolares, a proponer soluciones viables para dar salida a los conflictos entre los estudiantes, y a concientizar a los padres, alumnos y profesores sobre la problemática a través de talleres, pláticas y materiales.

No obstante el alcance de estas medidas, en el presente trabajo se propone la necesidad de que se dirijan mayores esfuerzos hacia la prevención misma del fenómeno, ya que, como opinan Harris y Petrie, “la mejor forma de solucionar los problemas del acoso en la escuela es, ante todo, enseñar a los alumnos a prevenir este tipo de conductas.”⁵⁸ Ya que la base del maltrato escolar son conductas agresivas aprendidas, para los autores es fundamental que estas actitudes sean abordadas en sus primeras fases, cuando se pueden desaprender.

Rosario Ortega y Verónica Fernández coinciden en la importancia de la prevención, señalando que “[...] la intervención preventiva, es decir, la que busca la creación de un buen clima de convivencia, [es] la mejor medida para evitar la aparición de abusos y malos tratos de todo tipo y, evidentemente, también de los que tienen lugar entre los alumnos/as.”⁵⁹

Con respecto a la intervención terapéutica o la reeducadora, la intervención preventiva tiene varias ventajas, entre las cuales las autoras señalan algunas: es más económica, ya que no se tratará de restaurar un daño (que en ocasiones es irreversible), sino impedir que ocurra; es más eficaz, ya que los instrumentos y recursos humanos están más próximos a los sistemas y actividades propias de la comunidad educativa; y es técnica y procedimentalmente más fácil que intervenir

⁵⁸ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 26.

⁵⁹ Rosario Ortega Ruiz y Verónica Fernández Alcaide. “Un proyecto educativo para prevenir la violencia” en Rosario Ortega Ruiz (coord.). *Educación la convivencia para prevenir la violencia*. A Machado Libros, Madrid, 2000. p. 95.

sobre situaciones ya deterioradas, ya que si algo no está destruido, no se requieren recursos muy especializados y la acción puede limitarse a ser instructiva u orientadora.

De ahí se desprende la percepción de que en los contextos sociales (como también se argumenta en el ámbito de la salud) la prevención es una opción menos costosa y más eficaz para combatir aquellas problemáticas que aquejan a la sociedad.

Ahora bien, cabe señalar que en ningún momento se desestiman las acciones que llevan a cabo las autoridades mexicanas para hacer frente al maltrato escolar; por el contrario, se busca reforzar la eficacia de ellas a través de herramientas que apoyen en la prevención de la problemática misma.

Alejandro Castro Santander señala en su libro *Desaprender la violencia* que se distinguen tres enfoques en el control y prevención de enfermedades en la salud pública, los cuales el autor extrapola a los fenómenos sociales. Estos son: la prevención primaria, que actúa sobre las causas; la prevención secundaria, que involucra la detección e intervención pronta; y la prevención terciaria, que presenta medidas de rehabilitación y reeducación sobre la violencia declarada.⁶⁰ Para el presente trabajo es importante hacer énfasis sobre la prevención primaria; es decir, aquella que pone su atención sobre los orígenes del problema.

Castro Santander propone esquemas de prevención primaria que intentan modificar las situaciones socioculturales que dan pie a la violencia. Dentro de ellos, el autor señala uno que es de particular interés: “el fomento o promoción de condiciones que creen un clima adecuado y favorezcan relaciones cooperativas que disminuyan el riesgo de nuevos estallidos, solucionando las contradicciones antes de que lleguen a convertirse en antagonismos”.⁶¹ Harris y Petrie, por su parte, coinciden en que los esfuerzos más efectivos para prevenir el maltrato entre escolares son aquellos que plantean medidas que ayuden a los niños y jóvenes a sentirse atendidos, seguros y capaces de entablar relaciones.⁶²

Con base en lo anterior, el enfoque del presente trabajo será la promoción de cuatro valores -la empatía, la tolerancia, el respeto y la responsabilidad- entre la población estudiantil, ya que al reforzar entre los alumnos la importancia de actuar acorde a dichos valores, se propiciará que adopten conductas más positivas que ayuden a crear un mejor ambiente para ellos y sus compañeros.

⁶⁰ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 71.

⁶¹ *Ibíd.* p. 73.

⁶² Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 44.

2.2. ¿Qué es un valor?

Entre las estrategias preventivas hacia la agresividad, señala María Victoria Trianes Torres, se encuentra el trabajar y fomentar entre los alumnos valores que sustenten actitudes en contra de la violencia,⁶³ pues es a través de la apropiación, por parte de los escolares, de estos valores y actitudes positivas que se puede ir combatiendo el maltrato escolar. Como menciona Ma. Ángeles Marín García, diferentes fuerzas sociales “están descubriendo el papel de los valores como impulsores de la persona y de la sociedad; se está tomando consciencia de que son el eje alrededor del cual se construye la personalidad.”⁶⁴

Aunque la palabra “valor” puede tener varias acepciones, nos referimos en este caso a aquellos valores mediante los cuales juzgamos que un acto es bueno o malo, los que Miguel Vázquez Freire define como valores morales o éticos.⁶⁵ “Etimológicamente, la palabra valor deriva del latín tardío *valor*, emparentado con la palabra *valere*, que significa ser fuerte, ser potente,” explica Ana Teresa López de Llergo, “entendemos como valor: toda perfección real o posible que procede de la naturaleza y que se apoya tanto en el ser como en la razón de ser de lo que es real.”⁶⁶

Las personas tienden a actuar en función de sus valores, continúa Vázquez Freire: “los valores son ideas, es decir, formas de pensar, mediante las cuales tendemos a guiar nuestra conducta. Procuramos hacer aquello que valoramos y, en cambio, evitamos lo que no valoramos.”⁶⁷

Los valores los aprendemos de la misma sociedad en que vivimos:

*Los valores son en principio valores recibidos. Toda sociedad produce sistemas de transmisión de valores mediante los cuales procura conseguir que los valores que permiten que funcione como sociedad sigan vivos en las nuevas generaciones. Por esa razón, los individuos tienden a reproducir los valores propios de la sociedad donde nacen. Pero esto no impide que puedan aparecer individuos o grupos que discutan los valores recibidos y propongan cambiarlos por otros.*⁶⁸

Toda sociedad debe tener al menos una base mínima de valores compartidos, los cuales sirven para su contención y subsistencia. Una ausencia de valores mínimos en una población significaría su disolución, pues el bienestar del conjunto se

⁶³ María Victoria Trianes Torres. Op. cit. p. 119.

⁶⁴ Ma. Ángeles Marín García. “Qué significa educar en valores” en Eduard Romero (coord.). *Valores para vivir*. Editorial CCS, Madrid, 2001. p. 12.

⁶⁵ Miguel Vázquez Freire. *Qué me dices de... Valores Sociales*. Nova Galicia Edicións, España, 2006. p. 9.

⁶⁶ Ana Teresa López de Llergo. *Educación en valores, educación en virtudes*. CECSA, México, 2005. p. 43-44.

⁶⁷ Miguel Vázquez Freire. Op. cit. p. 10.

⁶⁸ *Ibidem*. p. 19.

escindiría en medida que los múltiples individuos que la componen trataran de imponer sus diversas voluntades.⁶⁹

Se puede concluir, entonces, que un valor es una herramienta socialmente aprendida que nos ayuda a determinar nuestra personalidad y conducta de manera que juzgamos positiva: “los valores ayudan a crecer y hacen posible el desarrollo armonioso de todas las capacidades del ser humano, [...] están ligados a la propia existencia, afectan a la conducta, configuran y modelan las ideas, como también los sentimientos y nuestros actos,” indica Marín García, “el hombre se construye y crece como persona, en la realización de los valores. Los valores son dinámicos, están ligados al desarrollo de la personalidad y muy influidos por los procesos de socialización.”⁷⁰

2.3. La prevención a través de los valores

Es innegable que los niños y jóvenes adquieren muchos de sus hábitos y actitudes a través de la imitación, mimetismo o adscripción a las modas de los otros. Esto, expresa Ortega Ruiz, presenta un problema a la hora de distinguir de dónde aprenden sus costumbres -positivas y negativas- los alumnos: “la ausencia de control y responsabilidad respecto de [sus] contenidos, hace que sepamos menos sobre cómo se elaboran y construyen las actitudes y los valores que van penetrando en la personalidad del alumnado. Es más, ni ellos/as mismos/as sabrían decir quién, cuándo y cómo les enseñó algunos de estos contenidos.”⁷¹

Sin embargo, los niños y jóvenes siguen siendo individuos con características, actitudes y personalidades propias, por lo que en un primer lugar, es importante no generalizar a los alumnos, ya que, rara vez son considerados de manera individual, como una persona concreta, sino que muchas veces el estudiante es considerado uno más en un grupo o unidad.

Todo ello, señala Ortega Ruiz, “favorece la percepción de homogeneidad del alumnado como grupo de iguales. Este hecho no debería pasarse por alto a la hora de analizar el papel que tienen los iguales, como ámbito social de aprendizaje de muchos tipos de conocimientos, fijación de hábitos, actitudes y valores.”⁷²

Por otra parte, para fomentar los valores, es fundamental que los niños desarrollen a nivel personal una adecuada competencia social, la cual Castro Santander describe como “un conjunto de habilidades relacionadas con la conducta, que posibilitan que el niño o el adolescente mantenga relaciones sociales positivas con los otros y que afronte, de modo efectivo y adaptativo, las demandas de su

⁶⁹ *Ibídem.* p. 20.

⁷⁰ Ma. Ángeles Marín García. *Op. cit.* p. 16.

⁷¹ Rosario Ortega. *Op. cit.* p. 32.

⁷² *Ibídem.* p. 30.

entorno social (...).⁷³ Esta competencia contribuye a que el niño establezca relaciones sociales positivas con sus prójimos y a que enfrente de modo efectivo y adaptativo las demandas de su entorno social.

Para Marta Susana Darino y Mirta Gómez, “enseñar contenidos que comprometen acciones de vida diferentes sólo es posible sobre la base de poder compartir principios de racionalidad o de diálogo, que den lugar al respeto por las diferencias, y que permita también reconocer una base de principios éticos comunes.”⁷⁴ Estos principios éticos comunes -entre los cuales se encuentran los valores- son la base sobre la cual los alumnos aprenden a relacionarse de manera sana y respetuosa.

Enseñar valores implica concientizar a los alumnos sobre sus competencias sociales, sobre su capacidad de influir en los demás tanto de manera positiva como negativa, para ir creando en ellos una base ética común. Como señala Rosario Ortega:

Se trata de trabajar directamente con el llamado conocimiento interpersonal o psicológico; de profundizar de forma expresa en el conocimiento de uno mismo/a y de los otros/as en todas sus dimensiones, pero, especialmente, como seres cuyas emociones y sentimientos afectan a la vida de relación social; de comprender que podemos hacer daño si no aprendemos a conocerlos y respetarlos; y también de aprender a apreciar los propios sentimientos y valores, para evitar ser herido y lesionado en los derechos personales. No será igual un tratamiento educativo que espere que estos aspectos se mejoren, como consecuencia de la espontaneidad del trato que brota del resto de las actividades, que un tratamiento que tenga como objeto de trabajo las emociones, los sentimientos, las actitudes y los valores, ligados a las relaciones interpersonales concretas que acontecen en el día a día de la convivencia.⁷⁵

Más aún, si educar es “toda acción intencionada que se realiza para ayudar a otro a sacar fuera de sí lo mejor de él mismo,” explica Marín García, educar en valores “no significa imponer, sino más bien proponer, mostrar diferentes caminos y opciones, y ayudar para que cada uno vea cuáles son los mejores para él. Educar es ayudar a desarrollar la capacidad de elección. [...] La educación en valores ha de favorecer el desarrollo del pensamiento, la capacidad de análisis crítico y, al mismo tiempo, la afectividad.”⁷⁶

Por todo lo anterior, en el caso particular, en la enseñanza y promoción de valores, es de particular importancia enfocar los esfuerzos educativos a los niños y jóvenes

⁷³ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 105.

⁷⁴ Marta Susana Darino; Mirta Gómez Olivera. *Resolución de conflictos en las escuelas: proyectos y ejercitación*. Espacio, Buenos Aires, 2005. p. 33.

⁷⁵ Rosario Ortega Ruiz y Verónica Fernández Alcaide. “Un proyecto educativo para prevenir la violencia” en Rosario Ortega Ruiz (coord.). *Educación para prevenir la violencia*. A Machado Libros, Madrid, 2000. p. 107.

⁷⁶ Ma. Ángeles Marín García. Op. cit. p. 18.

de tal forma que la apropiación de la información que realicen sea, en la medida de lo posible, de manera individual. Esto es, que se utilicen medidas y herramientas educativas que permitan a los alumnos adquirir valores como individuos (aunque los aprendan como parte de un grupo), concientizando a cada estudiante de que es un ente propio y singular y, de esta manera, hacerlos responsables de sus actos y comportamiento a nivel personal.

2.4. Los valores

El presente trabajo se enfoca en la posibilidad de influir en las actitudes agresivas de los estudiantes a través de la promoción de valores, ya que al fomentarlos se pueden ir modificando de raíz las conductas antisociales de los niños y jóvenes. En particular, se proponen cuatro valores -la empatía, el respeto, la responsabilidad y la tolerancia-, los cuales serán detallados a continuación.

2.4.1. La empatía

Para Rosario Ortega, “los chicos/as que son violentos con los demás tienen problemas de empatía social y necesitan restablecer, mediante procesos educativos focalizados, su sensibilidad emocional y afectiva, hacia sí mismos/as y hacia los otros.”⁷⁷

Es innegable que la empatía -la capacidad “para ponerse en el sitio de la otra persona, poder llegar a pensar y sentir como ella, sentirse en la piel del otro”⁷⁸ o “de apreciar los sentimientos y las emociones que está sintiendo nuestro interlocutor en un proceso de interacción o comunicación con él”⁷⁹- es un valor de fundamental importancia en la prevención del maltrato escolar.

Elvira Repetto distingue que “[...] etimológicamente, a diferencia de la ‘sim-patía’, que es sentir con, cosentir, la empatía es sentir-en, sentir-desde dentro”⁸⁰, e indica que la empatía está relacionada de manera estrecha con el fenómeno de la identificación. Según Sigmund Freud, explica Repetto, la identificación puede ser sana o patológica. La identificación patológica se da cuando un individuo queda absorbido en el otro o cuando se encuentra tan rígido en su campo de referencia que teme que identificarse con el otro lo dañe.

La identificación sana, por otra parte, es un recurso muy útil a nivel individual y social. La identificación en la persona sana, como señala Repetto, “significa que se alcanza el punto de vista de la otra persona y se hace más cooperativa y armoniosa en la relación con los otros. El éxito de nuestras identificaciones,

⁷⁷ Rosario Ortega Ruíz. Op. cit. p. 279.

⁷⁸ Manuel Armas Castro; Laura Armas Barbazán. Op. cit. p. 26.

⁷⁹ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 108.

⁸⁰ Elvira Repetto Talavera. *Fundamentos de orientación: La empatía en el proceso orientador*. Morata, Madrid, 1992. p. 27.

durante la infancia, ayuda al individuo a adquirir un sentido de su propia identidad. El [sic] se considera a sí mismo como una persona valiosa y aprende a alegrarse con la intimidad y la convivencia de los otros [...].”⁸¹

Al fomentar la empatía entre los alumnos, se pretende que ello los impulse a tomar en cuenta las opiniones y sentimientos de sus compañeros, a entender los efectos que pueden tener sus actitudes sobre los otros y, por ende, a hacerse partícipes del bienestar de los otros niños, en particular aquellos que se encuentran en riesgo.

2.4.2. El respeto

Entendemos el respeto como la consideración que una persona tiene hacia la integridad y los derechos de los otros y de uno mismo. Josep Alegre Villarroya define el acto de respetar como “comprender al otro desde su punto de vista y dejarlo crecer poniendo los medios para que se realice por sí mismo y en su manera de ser.”⁸²

Para el autor, el respeto es una actitud y forma de ser, que además de fomentar la solidaridad entre las personas, involucra aquellas maneras y atributos de las personas consideradas educadas: “[...] el respeto debe encadenar una serie de cualidades y actitudes, propias de una persona educada. Podríamos decir que ser una persona educada implica respetarse a uno mismo, respetar a los demás y tratarlos como desearíamos ser tratados. Este trato en la relación cuida las formas y no vulnera la dignidad ni la autoestima del otro.”⁸³

El respeto involucra un grado de reciprocidad: uno debe respetar para ser respetado. Como indica Ana Teresa López de Llergo, “el valor relacional del respeto es la consideración que nos merecen las personas y las cosas porque sabemos que en ellas se encierran valores.”⁸⁴

Manuel y Laura Armas coinciden en que el respeto involucra al menos dos dimensiones: el respeto propio, donde uno debe ser lo más importante en su escala de valores y venir antes que las opiniones de los demás; y el respeto a los otros, cuidando de no ofender la dignidad de las personas. Agregan, además, el respeto por el planeta mismo, cuidando del medio ambiente.⁸⁵

López de Llergo, asimismo, define las dimensiones del respeto de la siguiente manera:

⁸¹ *Ibíd.* p. 38.

⁸² Josep Alegre Villarroya. “El respeto” en Eduard Romero(coord.). *Valores para vivir*. Editorial CCS, Madrid, 2001. p. 111.

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ Ana Teresa López de Llergo. *Op. cit.* p. 81.

⁸⁵ Manuel Armas Castro; Laura Armas Barbazán. *Op. cit.* p. 30.

- *Respeto por uno mismo: tratar nuestra propia vida como algo muy valioso.*
- *Respeto por los demás: tratar a todos los seres humanos como iguales a nosotros, aunque con algunos no haya mucha afinidad.*
- *Respeto por nuestro entorno: evitar la crueldad hacia los animales, cuidar el equilibrio ecológico, propiciar un ambiente -material y humano- sano y agradable.⁸⁶*

Así, el respeto involucra aprender a valorar la vida propia y la de los demás, evitando hacer aquello que pueda dañar o afectar la integridad y dignidad de alguien, buscando consensos cuando sea posible y, de no serlo, tolerando las diferencias de opiniones donde no haya afinidades. Como lo resume Alegre Villarroya, “el respeto deber ser visible y real en actitudes tales como: valorar al otro sin creerse superior a nadie; escuchar y respetar aquello que el otro nos quiere comunicar; buscar el equilibrio y la comunión en nuestra palabra; intensificar nuestro apoyo al que está en una situación desfavorable [...]”⁸⁷

Al promover el valor del respeto entre los alumnos, se espera que éstos comprendan que ejercer o ser espectador de actos de intimidación no sólo es una falta de respeto hacia los derechos humanos del prójimo y al ambiente en el cual se desempeñan, sino también al carácter propio del matón o testigo, pues la opinión que se tiene de uno mismo sufre en buena medida. En las posibles víctimas, se pretende fomentar una autovaloración hacia su dignidad y derechos humanos, para que como consecuencia tomen medidas para exigir el respeto debido a su persona.

2.4.3. La responsabilidad

El término “responsabilidad”, definen Gustavo Villapalos y Alfonso López Quintas, proviene del latín *responderé*, que significa “responder”, y se encuentra vinculada en su raíz con las palabras *corresponder*, *correspondencia* y *corresponsable*. Ser responsable, continúan, “significa 1) responder a la llamada de los valores, que piden ser realizados; 2) responder de las consecuencias de tal respuesta.”⁸⁸ Por ende, se puede señalar que la responsabilidad es tanto la capacidad de un individuo de actuar de manera que vaya acorde con sus valores, como el reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado por decisión propia.

La responsabilidad se basa en el supuesto de que los seres humanos somos sujetos morales; es decir, podemos reflexionar e intentar comprender, así como actuar conforme a lo que juzgamos correcto de acuerdo a nuestros valores.⁸⁹ Como explica Joana Noguera Arrom:

⁸⁶ Ana Teresa López de Llergo. *Educación en valores, educación en virtudes*. CECSA, México, 2005. p. 81.

⁸⁷ Josep Alegre Villarroya. Op. cit. p. 112.

⁸⁸ Gustavo Villapalos; Alfonso López Quintas. *El libro de los valores*. Booket, Barcelona, 2001. p. 227.

⁸⁹ Joana Noguera Arrom. “La responsabilidad” en Eduard Romero(coord.). *Valores para vivir*. Editorial CCS, Madrid, 2001. p. 127.

*Es responsable aquel que responde. El ser humano, a diferencia de cualquier otro ser, puede hablar, explicar y justificar los actos que ha realizado con libertad; puede dar razón de ellos. El ser humano es responsable porque es libre y, a su vez, la libertad humana se fundamenta en la responsabilidad moral, es decir, en la capacidad de la persona para conocer el bien, los valores y, además, poderlos vivir y practicar.*⁹⁰

En un primer lugar, la responsabilidad implica que la persona asuma su autonomía; es decir, que uno acepte que es capaz de tener pensamientos y opiniones que se pueden justificar, y de tomar decisiones de las cuales se puede dar cuenta, tanto a los demás como a uno mismo.⁹¹

Si bien es cierto que al principio la responsabilidad va dirigida hacia uno mismo, donde de manera interna los pensamientos y deseos son juzgados de acuerdo con los valores y ética personal de un sujeto, el ser responsable implica también actuar acorde y asumir las consecuencias de sus actos ante los otros. Como distingue Noguera Arrom: “la respuesta, la justificación de los actos propios empieza por dirigirse hacia el propio sujeto. Nace y va dirigida a la propia consciencia, la cual es el juez más importante. [...] Pero la persona responsable no es la que sólo busca justificar su vida ante sí mismo, sino que la responsabilidad le hace dirigirse hacia los demás. Una respuesta va dirigida a otra persona.”⁹²

Ser responsable implica respetar a las demás personas y ser tolerante a las diferencias de opinión que podamos tener con ellas. La persona responsable, continúa Noguera, “respeto y dialoga con cualquier cultura, con las características diferenciales que es capaz de aceptar, siempre y cuando no entren en conflicto con los valores humanos universales.”⁹³

Manuel y Laura Armas concuerdan que la responsabilidad tiene dimensiones personales y relacionales, es decir, uno debe ser responsable hacia sí mismo y hacia sus compañeros. Para tener actitudes responsables, los autores sugieren a los alumnos lo siguiente:

Hazte respetar por los demás, no te dejes manipular por las conductas violentas de los demás, ni por la autoviolencia del perfeccionismo y culpabilidad. [...] Responsabilízate de tu conducta. Asume la responsabilidad de tu conducta y de tu vida. Libera tu generosidad para desarrollar tus capacidades tomando decisiones

⁹⁰ Ibídem. pp. 127,128.

⁹¹ Juan Escámez Sánchez; Ramón Gil Martínez. *La educación en la responsabilidad*. Paidós, Barcelona, 2001. p. 11.

⁹² Joana Noguera Arrom. Op. cit. p. 128.

⁹³ Ibídem. p. 129.

*con autonomía y siendo solidario con las personas que te rodean en tu casa, en la escuela, en el planeta.*⁹⁴

En particular, se propone hacer énfasis en que los alumnos se responsabilicen por sus conductas agresivas hacia los demás, ya que muchos culpan a las víctimas por el acoso, señalando que ellas “se lo buscaron,” “se lo merecen” o que ellos “lo provocaron.” Al fomentar el valor de la responsabilidad, se pretende que los alumnos tomen consciencia de sus agresiones y no evadan la parte que juegan en los actos de intimidación.

2.4.4. La tolerancia

La palabra tolerancia proviene de la voz latina *tolerantia*, que significa soportar o llevar algo encima y, como señala Sergio Sarmiento, es “una forma de respeto que se aplica específicamente a las ideas, a las creencias o a las prácticas de cada persona.”⁹⁵ El autor continúa, opinando que si se considera el grado de importancia que tienen dichas ideas, creencias y prácticas en la definición de lo que es un individuo, es posible comprender por qué razón la tolerancia es una de las virtudes fundamentales de una sociedad moderna.

Para Carlos Tello Díaz, tanto el respeto como la tolerancia surgen a partir de la pluralidad;⁹⁶ esto es, a partir de que se van dando diferencias de opiniones, ideas, prácticas y creencias entre la gente, comienza a surgir la necesidad de establecer medidas sociales que permitan que estos puntos de vistas disimilares puedan convivir sin mayores conflictos en un mismo ambiente.

Ahora bien, la tolerancia no significa ser indiferente, dejar hacer o dejar pasar todas las diferencias de opiniones que hay dentro de la gente. Más bien, se refiere a respetar aquellas acciones o actitudes que no son iguales a las nuestras, pero que no van contra los derechos humanos que se han establecido internacionalmente. Podemos tolerar diferencias de opinión, de creencias y de costumbres, pero no aquellas acciones que atenten contra el bienestar físico o mental de una persona o un grupo.

Miquel Marti Solé indica que para crear un ambiente de tolerancia, es necesario “eliminar los factores que ponen en peligro la paz y la democracia, a saber: la violencia, el racismo, la xenofobia, el nacionalismo agresivo, las violaciones a los derechos humanos, la intolerancia religiosa, el terrorismo y la brecha creciente

⁹⁴ Manuel Armas Castro; Laura Armas Barbazán. Op. cit. p. 30.

⁹⁵ Sergio Sarmiento. “Tolerancia y respeto: la fortaleza de nuestra diversidad” en Grupo Salinas. *Respeto y tolerancia*. Fomento Cultural Grupo Salinas, México, 2005. p. 16

⁹⁶ Carlos Tello Díaz. “La naturaleza: respeto y tolerancia” en Grupo Salinas. *Respeto y tolerancia*. Fomento Cultural Grupo Salinas, México, 2005. p.59.

entre países ricos y pobres.”⁹⁷ Todos estos factores, como señala el autor, son una muestra de antivalores de la tolerancia.

Por el contrario, como señala Tello Díaz:

Quienes abrazan el principio de la tolerancia -porque reconocen la pluralidad- renuncian a sujetar a los demás a la tiranía de una sola doctrina, ya sea política, moral o religiosa. Están a favor de la diversidad. Saben que hay formas de vida que no pueden compartir, que pueden incluso contemplar con horror. Lo asumen sin resignación y sin indiferencia, pero con serenidad. La tolerancia, en efecto, es distinta de la resignación: no estamos resignados a lo que toleramos, lo resistimos. Es distinta también de la indiferencia: no somos indiferentes a lo que toleramos, lo sufrimos. Tolerar es, según los diccionarios, 'sufrir, llevar con paciencia, permitir algo que no se tiene por lícito sin aprobarlo.’⁹⁸

En conclusión, tolerar es respetar las ideas, creencias, costumbres, actitudes o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias. Al fomentar el valor de la tolerancia entre los estudiantes, se pretende que cobren consciencia de la importancia que tiene en el ambiente escolar el respeto a las diferencias que puedan tener con sus compañeros.

⁹⁷ Miquel Martí Solé. “La tolerancia” en Eduard Romero(coord.). *Valores para vivir*. Editorial CCS, Madrid, 2001. p. 271.

⁹⁸ Carlos Tello Díaz. Op. cit. p.59.

CAPÍTULO 3: CAMPAÑA SOCIAL DE PROMOCIÓN DE VALORES

La propuesta de campaña social piloto que se desarrolla a continuación tiene el objetivo de promover los valores de la empatía, la responsabilidad, la tolerancia y el respeto entre los estudiantes de sexto de primaria de la delegación Cuauhtémoc, como una herramienta educativa auxiliar con miras a reducir las conductas agresivas entre los alumnos y, así, contribuir en la prevención del *bullying* en el entorno escolar a nivel secundaria.

3.1. Análisis de la situación

En cualquier campaña social, la primera labor a realizar es una aproximación al contexto histórico y actual del problema que se trata. Para elaborar una propuesta, es de fundamental importancia adentrarse en un tema y conocer cómo y por qué se desarrolla. A continuación, se desglosan los antecedentes, la situación actual del problema, y la información general de la institución patrocinadora.

3.1.1. Antecedentes del problema

Como se ha mencionado con anterioridad, el problema del *bullying* no es un fenómeno de aparición reciente; se puede suponer que el maltrato entre escolares se ha suscitado desde que se establecieron centros educativos y escolares como tal, cuando se empezaron a formar relaciones de poder entre los estudiantes.

Debido a que el matonismo es un fenómeno que se ha dado continuamente a lo largo de la historia -al grado de que se ha convertido en un lugar común en diversas expresiones culturales, como historietas, películas, libros, programas televisivos, etc.- hay quienes consideran que los actos de acoso entre escolares son sucesos naturales en la vida estudiantil y que incluso son parte necesaria del desarrollo de los niños y jóvenes, pues existe la creencia de que sobreponerse a la agresión de los pares le dará al alumno algunas herramientas necesarias para su desarrollo emocional y psicológico.

Sin embargo, para aquellos que se han dedicado al estudio del fenómeno del acoso entre iguales, el hecho de que el problema sea persistente y ocurra con gran frecuencia no significa que éste sea normal o natural, y opinan que no sólo no debe considerarse de tal manera, sino que es necesario hacer todos los esfuerzos posibles por contrarrestar la situación y erradicar el acoso en las escuelas. Como manifiesta Rosario Ortega, “el problema del maltrato entre compañeros/as en las instituciones educativas ha existido siempre, lo que no es excusa para no abordarlo en la actualidad.”⁹⁹

Conforme han avanzado las investigaciones al respecto, se ha ido produciendo un cambio en la percepción del fenómeno. Como señala Ortega, “en los últimos años

⁹⁹ Rosario Ortega Ruiz. Op. cit. p. 33.

el problema del maltrato entre escolares ha pasado de ser un fenómeno oculto, a ser considerado un problema psicológico, educativo y social por el que se han interesado la investigación, la administración educativa y los medios de comunicación de masas.”¹⁰⁰

En efecto, en fechas recientes las autoridades educativas y políticas, los medios de comunicación y los académicos en el país han tornado su atención sobre la problemática que representa el *bullying* para el bienestar de la población educativa y de la sociedad en general, ya que los daños que causan las conductas de agresión entre los niños y jóvenes -sean éstos víctimas, agresores o espectadores- tienen efectos a largo plazo y contribuyen de manera negativa en su formación como adultos.

Así, a nivel federal la Secretaría de Educación Pública (SEP) implementó desde 2007 el Programa Nacional Escuela Segura, que pretende combatir la violencia en centros escolares a través de diversos esfuerzos, como lo son los programas “Comunidades seguras” en coordinación con la Secretaría de Seguridad Pública; “Salud sólo sin drogas” con la Secretaría de Salud; y “Recuperación de Espacios Públicos”, con la Secretaría de Desarrollo Social. Los esfuerzos de la SEP respecto de la violencia pretenden ser integrales y atacar a la vez diversos problemas que originan las agresiones.

En la capital del país, la Secretaría de Educación del Distrito Federal (SE DF), que ha sido una de las primeras entidades del país que se han abocado a estudiar y combatir el maltrato entre escolares, puso en marcha el programa “Por una cultura de no violencia y buen trato en la comunidad educativa”. De éste surgen tres líneas principales: la investigación, la campaña “Escuelas Sin Violencia” y la atención en centros escolares. Desde 2008, la SE DF en coordinación con la Universidad Intercontinental (UIC) realizó un estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre escolares, el cual constituyó el primer macro estudio sobre el tema en la Ciudad de México, y brindó datos concretos sobre la situación del maltrato en el Distrito Federal.

Asimismo, hasta el momento en México existen al menos dos asociaciones civiles dedicadas a combatir y erradicar el fenómeno de la intimidación en los centros escolares: la Fundación en Movimiento A.C. y la Fundación contra el *Bullying* A.C. Ambas han hecho esfuerzos por detectar la persistencia de la problemática del acoso en la sociedad mexicana, en particular la de la capital del país, así como por ofrecer talleres contra el *bullying* y líneas de atención para quienes ya lo sufren.

¹⁰⁰ Rosario Ortega Ruiz y Joaquín A. Mora-Merchán. “El estudio de la violencia en los centros educativos” en Rosario Ortega (coord.). *Educación la convivencia para prevenir la violencia*. A Machado Libros, Madrid, 2000. p. 92.

3.1.2. Situación actual del problema

Ante el creciente interés de la sociedad sobre el fenómeno de la intimidación entre pares, se han realizado esfuerzos por conocer la dimensión del problema a nivel nacional y local. Los estudios y diagnósticos sobre el maltrato escolar que han hecho diversas entidades y asociaciones en el país brindan un panorama preocupante sobre la situación del *bullying* en México:

- Como se ha señalado, la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) estima que al menos tres de cada diez estudiantes de primaria a nivel nacional han sido víctimas de *bullying*.¹⁰¹
- El estudio de la SE DF y la UIC citado señaló que 80% de los alumnos encuestados se consideran a sí mismos como agresores, víctimas y testigos de la intimidación escolar.
- Un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) reveló que México ocupa el primer lugar entre 24 naciones que presentan acoso escolar en nivel medio; los datos señalan que el 61% de los alumnos en dicha etapa escolar han sufrido intimidación, abuso o agresión verbal.¹⁰²
- La Encuesta Nacional “Exclusión, Tolerancia y Violencia en Escuelas Públicas”, realizada por la Secretaría de Educación Pública entre 13,000 estudiantes de 15 a 19 años, dio a conocer que, del total de encuestados, el 44.6% de los hombres y el 26.2% de las mujeres reconoció haber abusado de sus compañeros; mientras que casi el 60% mencionó haberles puesto sobrenombres ofensivos. El estudio concluyó que en el bachillerato los niveles de intolerancia a la diversidad eran de los más altos.¹⁰³
- Los datos del II Estudio Regional Comparativo y Explicativo (Serce) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), desarrollado entre 2005 y 2009, aseguró que la violencia entre alumnos es un problema grave en toda América Latina, y sostiene que los alumnos víctimas de *bullying* obtienen un desempeño en lectura y matemáticas significativamente inferior al de quienes no lo sufren.¹⁰⁴

¹⁰¹ Silvia Otero. Op. cit.

¹⁰² Ivonne Vargas Hernández. “México, con más ‘bullies’ en secundaria” en *CNNExpansión.com*. Ciudad de México, publicado el Sábado, 06 de agosto de 2011 a las 06:00. <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2011/08/04/mexico-con-mayor-bullying-en-secundaria> (15 de agosto de 2011).

¹⁰³ Ibid.

¹⁰⁴ Agencia EFE. “En América Latina la mitad de los estudiantes de sexto grado sufre acoso escolar” en *El Nacional*. Mundo, publicado el 03 Ago 2011, 02:37 pm. http://el-nacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/226356/Mundo/En-America-Latina-la-mitad-de-los-estudiantes-de-sexto-grado-sufre-acoso-escolar (15 de agosto de 2011).

- Francisco de Zatarain, presidente de la Fundación contra el *Bullying* A.C., reveló que a través del software *The Peacemakers*, la asociación levantó una encuesta en junio de 2011 en 190 escuelas -100 primarias y 90 secundarias-. Entre los principales resultados del estudio, se destaca que 27.2% de los encuestados reveló haber maltratado a veces o mucho de manera física, verbal o emocional a sus compañeros; 11.3% admitió tener miedo de asistir a la escuela; 18.2% dijo haberle tenido miedo a algún compañero; y 41.3% señaló que había sufrido robos, escondido objetos, o roto apuntes de otros.¹⁰⁵

Conforme se han ido determinando los alcances del fenómeno en el país, ha surgido una preocupación por detectar y combatir el acoso en centros escolares, y como se ha señalado, diversas organizaciones han hecho esfuerzos hacia ese fin.

No obstante, si bien las acciones emprendidas -que no se deben de desestimar en lo absoluto- hasta el momento han permitido diagnosticar parte del problema, así como detectar los alcances del *bullying* y algunas áreas por trabajar, aún no se ha logrado erradicar las conductas agresivas en los centros escolares. Esto es en parte porque se requiere de esfuerzos integrales en varios ámbitos: el educativo, el familiar, el gubernamental y legislativo, el institucional e interinstitucional e incluso en la sociedad misma.

En lo referente a la parte educativa, son necesarias reformas en el currículo educativo que ayuden a inhibir los actos agresivos en general y a fomentar los valores y la sana resolución de conflictos entre los educandos; así como implementar acciones concretas y exhaustivas cuando se presenten actos de intimidación.

Las unidades familiares serán las encargadas de enseñar y reforzar los valores entre los niños, reprendiendo -sin violencia alguna- las actitudes agresivas y mostrándoles maneras pacíficas de solucionar dificultades, así como brindando la atención necesaria a los niños que la requieran (es importante recordar que muchas veces los niños que ejercen agresiones contra otros presentan dificultades familiares o sufren de violencia intrafamiliar).

A nivel gubernamental y legislativo, es necesario que se implementen políticas públicas contra la violencia en todos los ámbitos sociales, protegiendo así a la población general y, especialmente, a los sectores vulnerables, como son los niños. Asimismo, surge la necesidad de que se diseñen leyes que atiendan de manera particular la problemática del acoso entre escolares.

¹⁰⁵ Mónica Archundia. "Niñas, reinas del 'bullying' en escuelas privadas" en *El Universal*. Metrópoli, publicado el lunes 15 de agosto de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/107525.html> (15 de agosto de 2011).

Las instituciones deben de ejercer sus recursos y ámbitos de acción así como cooperar entre ellas cuando la situación así lo requiera; por ejemplo, las entidades de seguridad pública y de salud deben intervenir en casos de agresión física severa, las instituciones educativas y de salud deben colaborar para combatir el *bullying* como problema de salud (tanto físico como mental), etc.

La sociedad mexicana en general tiene el deber de disminuir los grados de violencia que existen en ella. Desafortunadamente, en México la violencia está hasta cierto punto normalizada: muchos actos de agresión se consideran normales y no son combatidos como debieran. Las riñas, discusiones, pleitos y agresiones en muchas ocasiones en vez de ser reprendidos son aceptados como parte de la vida diaria.

En las familias mexicanas, el castigo corporal aún prevalece como método correctivo en la educación de los hijos, e incluso hay quienes lo defienden y promueven como tal. También, permanece la idea de que aquel que logra imponer sus deseos sobre los demás debe ser admirado y emulado en lo posible. A nivel escolar, en ocasiones, el niño que victimiza en vez de ser tratado para descubrir la causa y detener las agresiones, es motivo de orgullo para sus parientes, porque no es un “dejado”. Es por todo lo anterior, que son necesarios cambios de raíz que vayan situando a la agresión como problema que es, en vez de normalizarla, y combatir todos los actos de violencia en la sociedad.

Los esfuerzos de la SEP y de la SE DF, así como de las asociaciones civiles mencionadas, han sido variados y representan una respuesta oportuna al acoso entre escolares; ayudan a concientizar a la población, particularmente a la comunidad educativa, sobre el *bullying* y apoyan en la detección, denuncia y tratamiento de los casos de intimidación en las escuelas.

Sin embargo, la mayoría de las acciones se enfocan en tratar el problema ya existente, en vez de la prevención de la agresión misma. De los programas mencionados, el de Escuela Segura es el que más contempla el aspecto de la prevención; no obstante, el proyecto es muy ambicioso e intenta tratar diversos problemas a la vez, lo que lo vuelve hasta cierto punto un esfuerzo algo disperso. Asimismo, Escuela Segura es un programa dedicado a combatir la violencia en los centros escolares en general; no es un esfuerzo en el combate al *bullying* tal cual. Aún más, hay quienes, a cuatro años de su implementación, cuestionan severamente el nivel de resultados del programa; esto puede relacionarse con los alcances del proyecto, que dificulta los esfuerzos de medición.

Los programas de la SE DF han sido mucho más focalizados para diagnosticar y tratar el maltrato escolar en la Ciudad de México, a través de estudios, labores de difusión, talleres, líneas de denuncias y más. No obstante, cuenta con pocas herramientas para la prevención del *bullying*, y las que tiene son generalmente incidentales. Las asociaciones civiles, como Fundación en Movimiento y Fundación contra el *Bullying*, también han dedicado sus acciones a la recopilación

de datos y la concientización, así como la detección y tratamiento de los casos de intimidación en los centros escolares.

Es por lo expuesto con anterioridad que el presente trabajo considera como un eje de acción fundamental el aspecto preventivo del problema del maltrato escolar. Se reconoce que existen muchos y muy diversos esfuerzos por concientizar a la población sobre el *bullying*, así como por la detección oportuna y tratamiento de los casos de agresión en los centros escolares. No obstante, se han implementado pocas acciones de tipo preventivo contra el acoso entre escolares.

La presente propuesta de campaña social pretende enfocarse sobre este aspecto preventivo, pues considera que es un aspecto de particular importancia sobre el cual se requieren más esfuerzos. Se propone la creación de un videojuego para computadora que sirva de herramienta auxiliar en la promoción de valores -la empatía, el respeto, la responsabilidad y la tolerancia- entre la población estudiantil de sexto de primaria del Distrito Federal, en particular la delegación Cuauhtémoc, al ser una campaña piloto. A través de la promoción de valores, se espera poder influir de manera positiva en las conductas agresivas de los alumnos, y así evitar que continúe el ciclo de agresiones entre escolares.

Si bien los actos de intimidación entre estudiantes se dan durante todos los niveles escolares (basta recordar que de acuerdo con un informe de la UNESCO, 51.1% de los estudiantes de sexto grado de educación primaria de 16 países latinoamericanos aseguran haber sido víctimas de robos, insultos, amenazas o golpes de parte de sus compañeros de escuela¹⁰⁶), se eligió que la campaña de promoción de valores se lleve a cabo a lo largo de sexto grado de primaria para sensibilizar a los alumnos sobre los valores ya mencionados y así contribuir a la prevención del *bullying* a nivel secundaria.

Esto, debido a que la pubertad y adolescencia son épocas que pueden resultar difíciles para los jóvenes, aún más si se toma en consideración lo radical que pueden sentir el cambio de pasar de la primaria a la secundaria. Por lo general, la secundaria representa para ellos una época de mayores libertades, pero también de responsabilidades, y no todos se adaptan fácilmente a ello. Eugenia Franco, psicóloga por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y terapeuta infantil, señala que el primer año de secundaria es donde más aparece el abuso físico y psicológico, entre otros factores, porque los adolescentes sufren cambios en el cuerpo relacionados con la edad.¹⁰⁷

Adicionalmente, datos recabados por la UNESCO apuntan que los estudiantes de zonas rurales experimentan menos maltrato entre pares que los de zonas

¹⁰⁶ Agencia EFE. Op. cit.

¹⁰⁷ Ivonne Vargas Hernández. Op. cit.

urbanas¹⁰⁸; por ello, se considera pertinente concentrar los primeros esfuerzos sobre los niños que estudian dentro de la zona señalada.

3.1.3. Información general sobre la institución patrocinadora¹⁰⁹

La Secretaría de Educación del Distrito Federal es una dependencia de la Administración Pública, que se convertirá -una vez suscrito el Convenio de Descentralización- en la instancia formal que represente al Gobierno del Distrito Federal en el proceso de transferencia y recepción de los servicios educativos ante el gobierno federal. La SE DF asumirá las funciones de la Administración Federal de Servicios Educativos en el Distrito Federal (AFSE DF).

Sus tres ejes de acción inmediata son los siguientes:

- Asumir el conjunto de las funciones y servicios que ha ido realizando el gobierno de la ciudad de México en materia educativa.
- Propiciar condiciones favorables para culminar con el proceso de descentralización de los servicios educativos de la ciudad, desde la perspectiva del modelo educativo de la SE DF.
- Diseñar el proyecto de ciudad educadora y del conocimiento.

De acuerdo con sus propósitos, la SE DF considera su misión el ser el medio a través del cual la Ciudad de México establezca su carácter de Ciudad Educadora y del Conocimiento; este proyecto implica la organización del sistema educativo del DF, articulado y vinculado a las políticas generales de desarrollo, lo cual requerirá de procesos de gestión pública transversal y coordinada con las dependencias y entidades del GDF en aquellas acciones que incorporan el factor educativo, el cual se entiende como un proceso que se da a lo largo de toda la vida en todas sus áreas.

Las políticas prioritarias de la Secretaría de Educación, señala la entidad, atenderán los valores de justicia social para la convivencia, destacando los siguientes objetivos:

- Ofrecer a todos los habitantes de la ciudad, el acceso a todos los medios y oportunidades de formación y desarrollo personal, en condiciones de igualdad y libertad.
- Promover la educación en la diversidad, para la comprensión, la cooperación solidaria y la paz, combatiendo cualquier forma de discriminación.
- Proporcionar los medios para garantizar la libertad de expresión, la diversidad cultural y el diálogo en condiciones de igualdad.

¹⁰⁸ Agencia EFE. Op. cit.

¹⁰⁹ Información obtenida de la página de la Secretaría de Educación de Distrito Federal. <http://www.educacion.df.gob.mx/> (15 de agosto de 2011).

- Acoger tanto las iniciativas artísticas de vanguardia como las de cultura popular, independientemente de su origen.
- Fomentar el diálogo entre generaciones, como búsqueda de proyectos comunes y compartidos entre grupos de personas de edades distintas.

Para la SE DF, la educación es el eje estratégico de las acciones de un gobierno con carácter social, para lo cual se buscará promover los derechos humanos, así como el acceso al conocimiento y los aprendizajes para toda la vida como elemento de equidad. La entidad considera necesario el asumir la responsabilidad de generar una amplia participación y movilización social capaz de enfrentar los desafíos de la presente sociedad. Ante ello, el proyecto de la Ciudad Educadora impulsará una agenda educativa con énfasis en los siguientes temas:

- Pertinencia educativa y cambio social.
- Educación y desarrollo económico.
- Educación y sustentabilidad del ambiente.
- Educación y derechos humanos.
- Educación y diversidad cultural.
- Educación e identidad nacional.
- Educación y democracia.

Escuelas Sin Violencia

La Dirección de Educación Básica de la Secretaría de Educación del Distrito Federal diseñó el programa "Por una cultura de noviolencia y buen trato en la comunidad educativa," dentro del cual surge la Campaña Escuelas Sin Violencia.

Dicho programa cuenta con tres líneas de acción que, a su vez, incluyen diversas actividades con el objetivo principal de incidir en el clima escolar de los centros educativos del DF, favoreciendo relaciones basadas en el buen trato y el respeto a los derechos de todos los miembros de la comunidad educativa.

Las tres líneas son:

1) Campaña Escuelas Sin Violencia: Impulsa la Campaña de información y sensibilización permanente "Escuelas Sin Violencia", a través de diversas actividades de promoción a la cultura del buen trato y la noviolencia activa entre los distintos actores de la comunidad educativa, a fin de incidir en la construcción de nuevas formas de interacción e interrelación más humanas, asertivas, solidarias y noviolentas.

2) Investigación: Realiza un proceso de investigación sobre el fenómeno de Maltrato e Intimidación entre compañeros y compañeras en la Ciudad de México, a través de un estudio exploratorio con muestra representativa de educación básica, que permita la generación de datos y estadísticas acerca del fenómeno en

cuestión, con la finalidad de contar con una plataforma real básica para el desarrollo de proyectos de atención y prevención a este tipo de violencia.

3) Atención a escuelas: Brinda atención integral a los diferentes actores que conforman la comunidad escolar de nivel básico, sobre el fenómeno de Maltrato e Intimidación entre compañeros y compañeras (*Bullying*), mediante un proceso de capacitación sobre temas relacionados con el fenómeno en cuestión que permita la transmisión de herramientas básicas de atención y reconocimiento del fenómeno mencionado.

Se escogió trabajar desde la Campaña Escuelas Sin Violencia debido a que es el programa que hace mayor énfasis en la sensibilización del problema del *bullying*, así como la promoción de una cultura de respeto y de paz entre la comunidad educativa, por lo cual es la línea de acción más afín a la campaña de promoción de valores que se propone a continuación.

3.2. Mezcla de mercadotecnia

Se considera que para el desarrollo de la propuesta de campaña social es pertinente, en primer lugar, abordar de manera general qué se entiende por *marketing* social.

En su base más simple, el *marketing*, explica Alan R. Andreasen, es una actividad llevada a cabo por individuos y organizaciones para lograr ciertos fines personales y sociales.¹¹⁰ Varios autores, continúa Andreasen, se han dado a la tarea de argumentar de manera convincente que la mercadotecnia puede contribuir de manera significativa en muchas dimensiones del bienestar social.

Sin embargo, no fue sino hasta 1971, cuando Philip Kotler y Gerald Zaltman publicaron en el *Journal of Marketing* el artículo “Social Marketing: An Approach to Planned Social Change,” que se publicó por primera vez una definición concreta sobre lo que constituye el *marketing* social: “el diseño, implementación y control de programas, dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados.”¹¹¹

Para el académico mexicano Luis Alfonso Pérez Romero, esa definición resulta insuficiente. Pérez Romero define el *marketing* social como:

[...] una disciplina de las ciencias sociales y económico-administrativas que estudia e incide en los procesos de intercambio en beneficio de las partes

¹¹⁰ Alan R. Andreasen. “Intersector Transfer of Marketing Knowledge” en Paul N. Bloom; Gregory T. Gundlach (eds.). *Handbook of Marketing and Society*. Sage Publications, California, 2001. p. 80.

¹¹¹ Luis Alfonso Pérez Romero. *Marketing social: teoría y práctica*. Pearson Educación, México, 2004. p 3.

*involucradas y de la sociedad en general: este intercambio se presenta entre el agente de cambio, quien identifica el problema social, estudia la población objetivo y detecta sus necesidades para diseñar, planear, administrar e implementar de manera solidaria y coparticipativa los programas social, en beneficio de la persona afectada y de la sociedad en general.*¹¹²

Así, el núcleo del *marketing* social es, para Andreasen, la aplicación de conceptos y herramientas de *marketing* comercial a programas destinados a influenciar el comportamiento voluntario de la audiencia *target* u objetivo, donde el objetivo principal es mejorar el bienestar de ese grupo y/o la sociedad de la que son parte.¹¹³

Debido a los alcances que tiene el *marketing* social, éste se ha convertido en práctica ampliamente utilizada como estrategia para el cambio social. Como argumentan Ruby Roy y Nikhilesh Dholakia, al trasladar los ejes conceptuales del *marketing* comercial (objetivos, técnicas, métodos, estrategias, planes, etc.) al ámbito social, el *marketing* social los convirtió en herramientas programáticas que han sido relevantes a sectores sociales como los de la salud, planeación familiar, la seguridad vial, la prevención del abuso de sustancias, la alfabetización, el saneamiento, etc.¹¹⁴

Cabe señalar que la presente campaña está diseñada de acuerdo con el esquema presentado por Luis Alfonso Pérez Romero en su libro *Marketing social: teoría y práctica*, donde el autor distingue que la mezcla de *marketing* social está compuesta por siete elementos, los cuales también se conocen como las 7 P's del *marketing* social: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Proceso, Personal y Presentación. Una vez que han sido integrados de manera adecuada, señala Pérez Romero, estos siete conceptos forman en conjunto el cuerpo de una campaña social.

3.2.1. Producto social

El producto en *marketing* social, aclara Pérez Romero, está muy ligado a las ideas sociales, las cuales son frases que pretenden irse posicionando paulatinamente en las mentes de los consumidores, con miras a lograr un bienestar integral de la sociedad.

En una organización, el producto social es:

[...] la oferta que va a subsanar las necesidades sociales previamente detectadas. Puede ser intangible, como las ideas que se pretende posicionar en los individuos

¹¹² *Ibíd.* p. 6.

¹¹³ Alan R. Andreasen. *Op. cit.* p. 84.

¹¹⁴ Ruby Roy Dholakia; Nikhilesh Dholakia. "Social Marketing and Development" en Paul N. Bloom; Gregory T. Gundlach (eds.). *Handbook of Marketing and Society*. Sage Publications, California, 2001. p. 486.

*acerca de la problemática social, y por medio de las cuales se presentará una transformación en las creencias, actitudes (nivel cognitivo, afectivo y conductual) y valores que imperan en la sociedad, lo mismo que los servicios demandados, como los relacionados con la salubridad, la educación, los espacios de recreación y la seguridad, entre otros.*¹¹⁵

Es decir, el producto social es, en su manera más básica, el mensaje que pretende transmitirse a una población particular. La presente campaña busca primordialmente minimizar la incidencia del *bullying* en los centros escolares a través de la promoción de valores como la empatía, la tolerancia, el respeto y la responsabilidad. Se pretende inhibir el desarrollo de prácticas agresivas e intimidatorias entre alumnos, informándolos y sensibilizándolos sobre la importancia de la práctica de valores.

Cabe señalar que para Pérez Romero los valores “son creencias que gozan de un arraigo mayor en la población, de amplia cobertura y que se transmiten de generación en generación. Son distintivos de familias, comunidades y naciones [...] En una comunidad se observa que existen muchas ideas, pocas creencias y algunos valores.”¹¹⁶ Por ello, el autor recomienda trabajar en el ámbito de las ideas, para que a través de ellas se influya de manera progresiva en las creencias de una población. Así, la presente campaña realizó una selección de valores sobre los cuales trabajar, para que éstos vayan adoptándose y naturalizándose en las personalidades de los estudiantes, influyendo de manera paulatina sobre un campo de acción específico para la prevención del maltrato entre escolares.

3.2.2. Precio

En las campañas sociales el precio puede ser, según Pérez Romero, desde dos perspectivas: la de las organizaciones, donde se trata de un precio monetario que se paga a una persona a cambio de obtener un producto o servicio; y la de la población objetivo, en cuyo caso se trata del beneficio que se pretende obtener del producto social. En este último caso, se debe buscar que el costo sea menor que el beneficio a lograr.

El costo en términos monetarios será desglosado más adelante: por el momento, abordaremos el costo desde la perspectiva de beneficio social que representa.

El matonismo, o acoso escolar, representa un problema no sólo para el sector educativo de una sociedad, sino que también es considerado un problema de salud pública y, en algunos casos, de seguridad pública, pues atenta contra la integridad mental e incluso física de los niños y jóvenes de una población. En el rubro emocional, los estragos del *bullying* sobre la autoestima de las víctimas pueden ser duraderos y permanentes; inclusive, en casos severos de acoso

¹¹⁵ Luis Alfonso Pérez Romero. Op. cit. p 252.

¹¹⁶ *Ibidem.* p. 255.

aquellos que sufren las agresiones pueden llegar a considerar el suicidio como la única salida a sus problemas.

Los agresores, por su parte, aprenden a utilizar la agresión como una herramienta para obtener lo que desean en todas sus relaciones sociales, son más propensos a caer en conductas delictivas y tienen dificultades para relacionarse con los demás. Los espectadores aprenden a normalizar la violencia, y su autoestima también es afectada al sentir que no pueden o no desean intervenir.

El maltrato entre escolares desafortunadamente se desarrolla dentro de un contexto de aceptación y normalización de violencia, e incluso permite promover y perpetuar los actos de intimidación en la sociedad. A través de la promoción de valores y, por ende, de una cultura de pleno respeto a los derechos humanos del prójimo, se busca contrarrestar parte de las tendencias agresivas de los alumnos, previniéndolas a través de la revaloración del otro, en lugar de recurrir al castigo una vez que ya se presentan. Específicamente, el valor de intercambio que pretende lograr la presente campaña es colaborar en la disminución de la incidencia del *bullying* en los centros escolares.

3.2.3. Plaza

Pérez Romero define que la Plaza “es todo el esfuerzo que realiza la organización social para poner a disposición de los usuarios los productos sociales, como los lugares físicos que se tienen que establecer o la elaboración de alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas de la comunidad para que los productos sociales lleguen a través de sus estructuras al usuario final”.¹¹⁷

Debido al sostenimiento y atribuciones federales que tienen las escuelas públicas del Distrito Federal, corresponderá a la SE DF realizar las alianzas estratégicas y las acciones de coordinación con las autoridades de la AFSE DF y de la SEP para lograr la distribución y el acceso a los materiales entre el público objetivo.

Al ser una campaña piloto, se propone que su aplicación inicialmente se dé en la Delegación Cuauhtémoc, por considerarse que ésta reúne características que le permiten aproximarse a una representación de la población general del Distrito Federal.

Cuauhtémoc es una de las 16 delegaciones del Distrito Federal de México; tiene una superficie total de 32,44 km², y colinda al norte con las delegaciones Azcapotzalco y Gustavo A. Madero, al sur con Iztacalco y Benito Juárez, al poniente con Miguel Hidalgo y al oriente con Venustiano Carranza. Tiene una

¹¹⁷ *Ibidem.* p 265.

población total de 531,831 habitantes¹¹⁸, de los cuales 53.17% son mujeres y 46,83% son hombres.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el grado promedio de escolaridad es de 11.32 años. La Población Económicamente Activa (PEA) es de 270,867, de los cuales 259,228 se encuentran ocupados. De acuerdo con datos proporcionados por la Delegación, Cuauhtémoc es la séptima economía del país, aportando 4.6% del PIB.¹¹⁹

La delegación Cuauhtémoc comprende varias regiones importantes del DF: en la zona centro de la ciudad se encuentran las sedes del Poder Ejecutivo Federal, en la forma del Palacio Nacional, y del Gobierno del Distrito Federal; la Suprema Corte de Justicia de la Nación; así como la Catedral.

Asimismo, la delegación tiene una variedad de colonias con población de diversos niveles socioeconómicos: hay colonias de gran plusvalía, como la Cuauhtémoc, la Condesa, la Hipódromo, la Hipódromo de la Condesa y la Juárez; de clase media (alta y baja) como la Roma Sur, Roma Norte, San Rafael, Tlatelolco y Tabacalera; y clases populares, como la Peralvillo, la Buenos Aires, la Doctores, la Morelos y la Guerrero.

En la delegación existen 160 escuelas de sostenimiento federal¹²⁰, las cuales conforman la Plaza de la presente campaña social.

3.2.4. Promoción

De acuerdo con Pérez Romero, “la función primordial de la promoción es dar a conocer, informar, recordar, educar, persuadir y sensibilizar a la población objetivo o mercado meta acerca de los productos y/o servicios de las organizaciones sin fines de lucro en busca del bienestar social”.¹²¹ En lo que atañe a la presente campaña, entenderemos por promoción los materiales a través de los cuales se difundirán y promoverán los valores mencionados.

Para promover el mensaje de una campaña social, frecuentemente se recurre a la propaganda social, la cual el autor define como la manipulación de una idea o creencia para ejercer un impacto en el comportamiento de las personas; es decir, el propagar una idea entre una comunidad.¹²² Por ende, se han elegido

¹¹⁸ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.): “Principales resultados por localidad 2010 (ITER) - Distrito Federal” (XLS) (2010). Consultado el 5 de marzo de 2011.

¹¹⁹ Delegación Cuauhtémoc. “Población.” <http://www.cuauhtemoc.df.gob.mx/delegacion/cifras/poblacion.html> (30 de julio de 2011).

¹²⁰ De acuerdo con datos del Sistema de Consulta; Interactivo de Estadísticas Educativas de la Secretaría de Educación Pública, hasta el año 2009. <http://www.dgpp.sep.gob.mx/principalescifras/> (Agosto 15 de 2011).

¹²¹ Luis Alfonso Pérez Romero. Op. cit. p 267.

¹²² *Ibidem.* p 273.

herramientas que se considera tienen capacidades pedagógicas y son, a la vez, atractivas para el público meta: los estudiantes.

El eje central de la promoción de valores es a través de un minijuego -es decir, un videojuego sencillo, simplista y de corta duración- para computadora, por medio del cual se sensibilice a los alumnos sobre el significado de la empatía, el respeto, la responsabilidad y la tolerancia, con simulaciones que ayuden a reforzar esos valores entre la población objetivo.

La elección de un minijuego se da debido a que cae dentro del concepto de multimedia interactivo, combinando una serie de estímulos dinámicos y visuales y requiriendo la participación del usuario mismo para su desarrollo. Los juegos se utilizan con frecuencia como herramientas educativas en la práctica pedagógica, y los videojuegos han ido ganando espacios paulatinamente en el sector escolar, como en el caso de algunos componentes del programa federal de Enciclomedia, impulsado durante el sexenio del presidente Vicente Fox, cuyo objetivo es acercar los medios tecnológicos a las aulas públicas del país.

Cada vez es más común la utilización de computadoras por los niños y jóvenes con fines académicos y de diversión, por lo que éste es un campo de acción que se pretende explotar. Asimismo, el uso de redes sociales va en aumento, en particular entre la población joven del país, por lo cual se contemplan las posibilidades de vincular el videojuego a sus cuentas en redes sociales, en particular en Facebook.

Debido a lo anterior, se considera que un minijuego para computadora que pueda ser utilizado en red o en casa y que tenga la posibilidad de agregarse a las cuentas de Facebook de los estudiantes, representa para los niños y jóvenes una herramienta atractiva que cuenta con las posibilidades educativas que le permiten promover los valores para prevenir el maltrato escolar.

Asimismo, para promover el uso del videojuego se contemplan diversos materiales promocionales, como pulseras, memorias USB y folletos para los padres de familia, además de la promoción en las redes sociales de la institución patrocinadora.

3.2.5. Personal

El personal, define Pérez Romero, “no es otra cosa más que el talento humano de toda organización. Es necesario que esté debidamente preparado para atender las necesidades sociales, y que sea congruente entre lo que dice y hace; si se dice que se proporciona un trato amable y cortés, éste debe percibirse así por el usuario final, por lo que es muy importante conocer las expectativas que tiene el

cliente en cuanto al servicio y diseñar el producto social a la medida de sus expectativas.”¹²³

En la campaña social que se propone, el personal estará compuesto por las autoridades que asigne la SE DF en la promoción del minijuego. Se contempla desde quienes coordinarán el ejercicio con las autoridades de la SEP, hasta quienes harán entrega de los materiales promocionales a las 160 escuelas públicas en la delegación Cuauhtémoc. Los profesores de cada grupo de sexto serán quienes harán entrega a los alumnos de los materiales promocionales, así como solicitarán a los estudiantes hacer uso del videojuego.

Asimismo, el personal de medios o de sistemas de la SE DF se encargará de montar un link o el videojuego mismo en la página de Escuelas Sin Violencia¹²⁴, así como promoverlo por medio de sus redes sociales (Twitter y Facebook).

Debido a los esfuerzos que realizan tanto el gobierno federal como la SE DF, los profesores de las primarias públicas del país deben de estar sensibilizados respecto de la problemática del *bullying* y la manera de atender los casos que se presenten. Sin embargo, en caso de dudas, los directores de las escuelas, en coordinación con las autoridades de la SE DF, deberán poner al alcance de los maestros la información que Escuelas Sin Violencia ha recabado para tal fin, así como los datos de contacto del programa, por si los alumnos llegaran a requerir la información, necesitaran apoyo o tuvieran dudas al respecto.

3.2.6. Procesos

El proceso se refiere a “los diferentes pasos que tiene que llevar a cabo la población objetivo para hacer uso de los productos sociales. El que la entrega de los productos y servicios se lleve a cabo de una manera fácil y rápida para el usuario final está en manos de las organizaciones sociales.”¹²⁵

Para poder comprender el proceso de adquisición y entrega, continúa Pérez Romero, es necesario: “A) identificar a la población objetivo y su proceso de adquisición de los productos sociales. B) Identificar el agente de cambio social y su respectivo proceso de entrega de los productos sociales. C) se comparan los dos procesos (proceso de adquisición contra el proceso de entrega), para descubrir las áreas susceptibles de mejoras.”¹²⁶

Ya se ha abordado con anterioridad al agente de cambio social -la SE DF, en particular la Campaña Escuelas Sin Violencia, así como sus objetivos, líneas de

¹²³ *Ibidem*. p 278.

¹²⁴ Secretaría de Educación de Distrito Federal.
<http://www.educacion.df.gob.mx/index.php/escuelas-sin-violencia>. (15 de agosto de 2011).

¹²⁵ Luis Alfonso Pérez Romero. Op. cit. p 275.

¹²⁶ *Ídem*.

acción y alcances. Posteriormente se detallarán las características de la población objetivo, así como sus procesos de adquisición de los productos sociales. Por el momento, nos abocaremos a lo referente a los procesos a seguir para hacer llegar el producto social -el minijuego- a los alumnos de las escuelas públicas de la delegación Cuauhtémoc.

En primer lugar, una vez que el minijuego se encuentre listo para ser lanzado, la SE DF deberá subirlo a la página web de Escuelas Sin Violencia¹²⁷, incluso publicando un banner en la página principal de la Secretaría¹²⁸ que lleve al juego directamente; así como subir el link y promocionar la aplicación en sus cuentas en redes sociales: en las páginas de Facebook de “EscuelasAprendiendoaConvivir”¹²⁹ y “Secretaría De Educación Gdf”¹³⁰; y en Twitter en la cuenta @educaciondf¹³¹.

En segundo lugar, corresponderá a la SE DF, como se señaló, construir los vínculos y alianzas necesarias con la SEP y la AFSE DF para poder llevar a cabo la distribución de los productos promocionales, como parte de su Campaña Escuelas Sin Violencia.

En tercer lugar, una vez establecidas las alianzas correspondientes y que se cuente físicamente con el material promocional, la SE DF y las AFSE DF se coordinarán para elaborar un plan de entrega de los productos promocionales a las 160 escuelas de sostenimiento federal que existen en la delegación Cuauhtémoc. Se notificará vía oficio a los directores de los planteles sobre la campaña de promoción de valores para la prevención del *bullying* y la herramienta multimedia del videojuego, como parte del programa Escuelas Sin Violencia.

En cuarto lugar, la SE DF y la AFSE DF, coordinadas, harán entrega de los materiales promocionales a los directores de cada uno de los centros escolares. Durante la reunión que se lleva a cabo en todas las escuelas públicas los últimos viernes de cada mes, los directores -y de solicitarlo así las autoridades del centro escolar, se podrá contar con representantes de la SE DF y/o de la AFSE DF- abordarán con los profesores de los grupos de sexto grado las generalidades, procesos y objetivos del proyecto, haciéndolos partícipes en la campaña. Contestarán cualquier duda que tengan los maestros y pondrán a su alcance las ligas con la información que las entidades han recopilado sobre el tema; en particular, aquella relacionada a Escuelas Sin Violencia.

¹²⁷ Escuelas Sin Violencia. Secretaría de Educación de Distrito Federal. <http://www.educacion.df.gob.mx/index.php/escuelas-sin-violencia>. (20 de agosto de 2011).

¹²⁸ Secretaría de Educación de Distrito Federal. <http://www.educacion.df.gob.mx>. (20 de agosto de 2011).

¹²⁹ Escuelas Sin Violencia. <http://facebook.com/EscuelasAprendiendoaConvivir>. (20 de agosto de 2011).

¹³⁰ Secretaría De Educación Gdf. <http://www.facebook.com/people/Secretar%C3%ADa-De-Educaci%C3%B3n-Gdf/100000706976147>. (20 de agosto de 2011).

¹³¹ Educación DF. <http://twitter.com/educaciondf>. (20 de agosto de 2011).

En quinto lugar, los profesores de cada uno de los 273 grupos de sexto que hay en la delegación harán entrega de una pulsera, una memoria USB y un folleto a los alumnos durante la firma de boletas, en presencia de sus padres o tutores. Explicarán a los niños y familiares la información general contenida en el folleto, el cual definirá de manera general la problemática, exhortará a los padres o tutores a vigilar que los estudiantes hagan uso del juego al menos una vez, y dará información de contacto en caso de que los familiares la requieran.

Los educadores solicitarán a los estudiantes que cuenten con una computadora en casa que jueguen el minijuego contenido en la memoria USB. A los que tengan acceso a la red, les harán saber de la posibilidad de jugar en línea a través de la página web de la SE DF, así como de descargar el minijuego como aplicación en Facebook, donde podrán comparar su puntaje con sus compañeros.

Los maestros pedirán a los alumnos que no cuenten con computadora en casa, o no tengan la posibilidad de acceder a una por alguna otra vía, que se lo hagan saber, para programar una sesión de juego en los equipos que se encuentran en las instalaciones escolares.

En los casos en que un padre o tutor no asista a la firma de boletas, los profesores harán entrega del material completo a los alumnos, y les pedirán que en la siguiente clase presenten los folletos firmados por sus familiares de enterado.

De esta manera, se buscará maximizar en lo posible el número de impactos directos entre la población objetivo.

3.2.7. Presentación

De acuerdo con el autor, la presentación se refiere a “la fachada de los bienes inmuebles en donde se ofrece el producto social, la apariencia de los espacios exteriores e interiores de la organización prestadora del producto social.”¹³²

Las oficinas de la SE DF se encuentran ubicadas en Jalapa 15, en la Colonia Roma, dentro de la delegación Cuauhtémoc. A pesar de que el edificio es amplio y se encuentra en buenas condiciones, no cuenta con la infraestructura para poder atender a toda la población de estudiantes del Distrito Federal dentro de sus instalaciones. Por ende, se plantea ejercer la campaña de promoción fuera la sede de la Secretaría y enfocar los esfuerzos directamente en las escuelas primarias.

La institución patrocinadora cuenta, además, con una página web, la cual se puede encontrar en <http://www.educacion.df.gob.mx/>. En ella, dan a conocer información sobre la labor de la entidad, entre cuyos programas se encuentra el de Escuelas Sin Violencia. La página institucional es limpia, sencilla e informativa: consiste en pestañas color naranja, y en menor grado grises, sobre un fondo

¹³² Luis Alfonso Pérez Romero. Op. cit. p 279.

blanco. Constantemente es actualizada con información sobre sus programas, enlaces, fotografías y avisos. El sitio tiene enlaces a las páginas de Facebook (Secretaría De Educación Gdf) y de Twitter (@educaciondf) de la entidad, e información de contacto.

3.3. Estrategia publicitaria

La estrategia publicitaria se compone de diversos elementos que, aplicados de forma adecuada, dan forma y fondo al proyecto propuesto y contribuyen en gran medida al éxito de una campaña.

3.3.1. Concepto del problema social

El *bullying* es un serio problema que persiste dentro de los sectores escolares mexicanos debido a variadas razones: normalización y aceptación de las actitudes violentas, poca sensibilización y comprensión del problema, falta de incentivos que permitan hacer a los niños partícipes del bienestar de sus compañeros, planes de estudio inadecuados, etc.

Alejandro Castro Santander indica que, de acuerdo con distintos autores, las causas del maltrato escolar apuntan en mayor o menor grado a variables como: “problemas de personalidad en el agresor; falta de autoestima por parte de la víctima; problemas familiares; Currículum inadecuado; sociedad competitiva; violencia del sistema; organización escolar excesivamente rígida o; por falta de concientización de dicha problemática.”¹³³

El acoso entre pares es un problema de gran dimensión que pone en riesgo a la comunidad estudiantil mexicana tanto de manera inmediata como a largo plazo, mermando el bienestar emocional y la autoestima de los niños y jóvenes, afectando su rendimiento escolar, e incluso dejando huellas físicas en los casos más severos.

3.3.2. Problema publicitario

Como se ha señalado, en el Distrito Federal existen varios esfuerzos que pretenden detectar, combatir y ofrecer soluciones al fenómeno del *bullying*, como son la Campaña Escuelas Sin Violencia, el Programa Nacional Escuela segura, y los esfuerzos de diversas organizaciones no gubernamentales.

Entre las acciones que llevan a cabo dichas instituciones se encuentran talleres de sensibilización para alumnos y personal académico, estudios e investigación de campo para detectar el alcance del problema, campañas de difusión de las características del *bullying* y cómo proceder si uno es víctima de ello, líneas telefónicas de denuncia y apoyo, y más por el estilo.

¹³³ Alejandro Castro Santander. Op. cit. p. 55.

Sin embargo, ya que el campo de acción en la mayoría de los casos está dirigido a detectar y solucionar los problemas una vez que ya se han presentado, se considera que se ha dejado de lado el aspecto preventivo y, por ende, los esfuerzos por evitar que se presente el fenómeno del maltrato mismo han sido pocos e insuficientes.

Ante ello, la presente campaña considera importante sensibilizar al *target* y promover entre ellos los valores mencionados con el fin de influir en su conducta y así evitar que caigan en actitudes intimidatorias hacia sus compañeros.

3.3.3. Objetivos publicitarios

- Definir e identificar los conceptos de “valores”, “empatía”, “respeto”, “tolerancia” y “responsabilidad” entre la población objetivo.
- Promover conductas positivas, mientras se promueve la detección de conductas agresivas de manera secundaria.
- Motivar a los alumnos a reflexionar sobre la importancia de actuar conforme a valores positivos, y rechazar los actos agresivos.
- Ofrecer la información necesaria para que, de requerirlo, los alumnos puedan acercarse a los programas antibullying de la SE DF.

3.3.4. Target de comunicación

El *target*, público objetivo o población objeto de estudio es, explica Pérez Romero:

*[...] el grupo de personas en el que se pretende modificar ideas, creencias, actitudes y valores con el propósito de que esta modificación contribuya al bienestar de la comunidad [...] la población objetivo es la persona o personas a las que se dirige todo el esfuerzo de marketing social, esta persona puede ser el afectado directo o el grupo de personas que en un futuro se podría ver afectado por la problemática social.*¹³⁴

En la presente campaña, por *target* primario se considera a la población estudiantil de sexto de primaria de las escuelas públicas de la delegación Cuauhtémoc, con un rango de edad aproximado de entre 11 y 13 años de edad. Se decidió promover la campaña entre todos los alumnos -sin distinguir su género o sus tendencias a ser agresores, víctimas o espectadores- debido a tres razones, principalmente:

- Maximizar el número de impactos directos.

¹³⁴ Luis Alfonso Pérez Romero. Op. cit. p 309.

- El enfoque de la presente propuesta es la prevención a través de la promoción de valores, por lo que existe el potencial de que todos los implicados obtengan un beneficio.
- La necesidad de considerar a todos los actores para lograr que la campaña sea realmente integral. Como indica Rosario Ortega, “la intervención educativa contra la violencia debe estar dirigida a las víctimas, a los agresores y a los espectadores, porque todos están implicados y para todos tiene consecuencias negativas.”¹³⁵

Respecto del nivel socioeconómico, el cual Heriberto López Romo define como “una segmentación del consumidor y las audiencias que define la capacidad económica y social de un hogar,”¹³⁶ en México éste se mide con la regla 10X6, creada por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). Dicha herramienta clasifica los hogares en seis niveles, tomando en consideración nueve características del hogar y el nivel de escolaridad del jefe de familia, y sirve como una guía que describe las particularidades escolares, económicas, tecnológicas y sociales de cada nivel.

Tomando en cuenta la clasificación de la AMAI 10X6, el público al que se dirige la presente campaña cae principalmente dentro de los niveles C, C+, D, y D+, que es la clase media y media baja que cuenta, al menos, con servicios básicos y la posibilidad de asistir a la escuela.

En cuanto al estado afectivo y emocional del público objetivo, los alumnos de sexto de primaria se encuentran justo entre la niñez y la adolescencia, en medio de una etapa de cambios físicos, emocionales y hormonales. Como Sandra Harris y Garth Petrie distinguen,

*Aun sin considerar el tema del acoso en la escuela, los años de educación secundaria, cuando los jóvenes tienen aproximadamente entre 11 y 14 años y están en los cursos de sexto a octavo, se suelen describir como una época de gran riesgo, social y emocionalmente. En estos años, los alumnos suelen necesitar ayuda para aprender a identificar, reconocer y gestionar sus sentimientos y sus acciones; son muchos los que, de forma muy natural, tienen una sensación de aislamiento.*¹³⁷

Sobre el aspecto numérico, como se mencionó con anterioridad en la delegación Cuauhtémoc existen 160 escuelas públicas y 273 grupos de sexto grado de primaria. De acuerdo con las últimas citas publicadas por la SEP, hay un total de

¹³⁵ Rosario Ortega Ruiz. Op. cit. p. 67.

¹³⁶ Heriberto López Romo. “Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto” en AMAI: Niveles Socioeconómicos. México, AMAI, Instituto de Investigaciones Sociales S.C. 2009, p.4, <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf> (15 de agosto de 2011).

¹³⁷ Sandra Harris; Garth F. Petrie. Op. cit. p. 59.

6,064 alumnos, de los cuales 3,055 son hombres y 3,009 son mujeres¹³⁸; éste es el *target* primario sobre el cual trabajará la campaña piloto de promoción de valores.

A continuación, los datos desglosados:

| COLONIA | ESCUELAS | TOTAL ALUMNOS SEXTO | NIÑOS | NIÑAS |
|------------------------------|-----------------|----------------------------|--------------|--------------|
| ALGARÍN | 2 | 57 | 29 | 28 |
| ASTURIAS | 1 | 51 | 17 | 34 |
| ASTURIAS, AMPLIACIÓN- | 2 | 50 | 22 | 28 |
| ATLAMPA | 1 | 12 | 2 | 10 |
| BUENOS AIRES | 3 | 89 | 44 | 45 |
| CUAUHTÉMOC | 1 | 24 | 13 | 11 |
| EX-HIPÓDROMO DE PERALVILLO | 2 | 50 | 24 | 26 |
| CONDESA | 1 | 25 | 12 | 13 |
| DOCTORES | 11 | 562 | 298 | 264 |
| ESPERANZA | 3 | 55 | 23 | 32 |
| GUERRERO | 16 | 478 | 245 | 233 |
| HIPÓDROMO | 1 | 33 | 15 | 18 |
| JUÁREZ | 3 | 148 | 73 | 75 |
| PAULINO NAVARRO | 5 | 114 | 60 | 54 |
| OBRAERA | 6 | 241 | 126 | 115 |
| PERALVILLO | 10 | 384 | 182 | 202 |
| REVOLUCIÓN | 1 | 39 | 18 | 21 |
| ROMA NORTE | 9 | 343 | 172 | 171 |
| ROMA SUR | 8 | 610 | 306 | 304 |
| SAN RAFAEL | 5 | 230 | 124 | 106 |
| SAN SIMÓN TOLNAHUAC | 2 | 61 | 32 | 29 |
| SANTA MARÍA LA RIBERA | 7 | 366 | 177 | 189 |
| NONOALCO TLATELOLCO, UNIDAD- | 7 | 432 | 228 | 204 |
| VALLE GÓMEZ | 2 | 36 | 19 | 17 |
| MORELOS | 11 | 369 | 188 | 181 |

¹³⁸ Hasta el ciclo 2008-2009. Sistema de Consulta; Interactivo de Estadísticas Educativas de la Secretaría de Educación Pública. <http://www.dgpp.sep.gob.mx/principalescifras/> (15 de agosto de 2011).

| | | | | |
|--------------------------|-----|-------|-------|-------|
| CENTRO | 36 | 1,070 | 546 | 524 |
| BUENAVISTA | 2 | 77 | 35 | 42 |
| HIPÓDROMO CONDESA | 1 | 58 | 25 | 33 |
| MORELOS, AMPLIACIÓN - | - 1 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 160 | 6,064 | 3,055 | 3,009 |

En la presente campaña hay dos *target* secundarios: los padres o tutores de los alumnos y los profesores. Aunque no son el público meta y los esfuerzos no van dirigidos a ellos, éstos también pueden resultar afectados por el proyecto. Dichos grupos son pieza clave en la campaña, pues es a través de ellos que se difundirá el mensaje. Los profesores se ven involucrados en el proceso de la campaña, pues serán ellos quienes distribuyan los materiales y la información al respecto. Los padres, a su vez, se convertirán en actores y ejecutores secundarios de la campaña al recibir la información por vía de las autoridades escolares, los trípticos e incluso el videojuego.

Debido al papel trascendental que desempeñan en el proyecto, es importante darle a conocer a padres y profesores la importancia de su participación en el proceso y hacerles ver que son un eslabón fundamental en la campaña, ya que en ellos recae encontrar la manera de estimular a los niños y persuadirlos para que hagan uso del juego. Así, se contempla que los alcances de la campaña sean integrales y vinculen en torno al mensaje del proyecto a los maestros, alumnos y padres de familia.

3.4. Plataforma creativa

La plataforma creativa reúne los elementos y objetivos de una campaña y plasma el desarrollo creativo de la estrategia publicitaria. A continuación se presenta la propuesta de campaña social que es objeto del presente trabajo.

3.4.1. Tema de campaña

El tema de la presente campaña social es la promoción de valores para prevenir el *bullying*, lo cual se logra a través de un minijuego titulado *Bully Defenders: Valores contra el Bullying*. La campaña girará en torno al minijuego, cuyo nombre fue elegido al considerarse atractivo para el público meta.

Se pretenden promover a través de un medio ameno e interactivo los conceptos de la empatía, el respeto, la tolerancia y la responsabilidad, con juegos rápidos y sencillos que refuercen la idea principal de cada valor. En conjunto, el videojuego ayudará a concientizar sobre la importancia de practicar los valores en el entorno escolar y, a nivel secundario, algunas acciones que constituyen actos de intimidación.

3.4.2. Tono y atmósfera

Ya que durante la pubertad y adolescencia los niños y jóvenes tienden a resentir todo aquello que consideran una imposición, se evitó a toda costa que la presente campaña pudiera ser considerada autoritaria por los estudiantes.

La propuesta pretende ser accesible y amena para el *target*, y por ello se eligió el minijuego como la herramienta idónea para acercarse tanto a niños como niñas. Se espera que por medio del minijuego surja una identificación del niño con su personaje, por medio del cual se apropie del mensaje. Las dinámicas del juego buscan hacer énfasis en las conductas positivas deseadas y procuran incitar a los niños a combatir en el juego las actitudes agresivas.

3.5. Ejecuciones y racionales creativos

Las ejecuciones de la presente campaña se dividen principalmente en dos vertientes: el medio primario, que es un minijuego para computadora; y los medios secundarios, que son una pulsera de tela bordada, una memoria USB con el minijuego precargado y un tríptico que será entregado a los padres.

La herramienta promocional primaria por la cual se hará llegar el mensaje al público meta es el minijuego; las demás herramientas sirven como apoyo para la difusión del juego entre el *target*.

3.5.1. Medio Primario

La herramienta primordial sobre la que se basa la presente campaña es un minijuego a través del cual se promoverán los valores de la empatía, la tolerancia, el respeto y la responsabilidad entre la población objetivo. De acuerdo con Andro Miralrío, Business Developer Manager de la empresa de desarrollo de videojuegos Slang, las propuestas de videojuegos se realizan a través de un High Concept Document (Documento de Alto Concepto), el cual se presenta a continuación:

High Concept Document:

Bully Defenders

Concepto y desarrollo: Paola Abreu

Septiembre 2011

Resumen del Juego

Completa cada uno de los cinco niveles del minijuego, acumula puntos y valores que te ayudarán a evitar las actitudes agresivas y conviértete en todo un *Bully Defender*.

Metas del Minijuego

- Didáctico: pretende fomentar los valores de la empatía, el respeto, la responsabilidad y la tolerancia de manera interactiva.
- Accesibilidad: el minijuego se puede jugar en línea o descargarse en una computadora personal.
- De diseño sencillo y ameno, *Bully Defenders* es fácil y rápido de jugar. Completar todos los niveles no debe requerir más de diez minutos.
- El fin último del minijuego es acumular la mayor cantidad de puntos posibles por nivel. Éstos se suman al final para dar un puntaje total, el cual el usuario puede tratar de superar en cualquier momento.

Preguntas frecuentes

¿De qué se trata el minijuego?

El usuario deberá completar los cinco niveles del minijuego, haciendo frente a actos de maltrato escolar y aprendiendo los conceptos de “valores”, “empatía”, “respeto”, “tolerancia” y “responsabilidad”.

¿Por qué crear el minijuego?

El juego pretende fomentar de manera didáctica, rápida e interactiva los valores ejes, a través de los cuales se pretende incidir en las conductas de los usuarios y ayudar a prevenir actitudes intimidatorias.

¿Por qué el nombre del juego está en inglés?

El minijuego toma el nombre de *Bully Defenders* (defensores de bully o victimario) para hacerlo más atractivo al público objetivo, ya que la gran mayoría de los juegos a los que están expuestos los niños y jóvenes llevan nombres en inglés.

¿Dónde se desarrolla el minijuego?

El minijuego juego se desenvuelve dentro de un entorno escolar: un salón de clases, un patio a la hora del recreo, a la salida de clases y dentro del baño.

¿Qué controla el usuario?

Al ser un minijuego, las acciones son sencillas: el usuario debe utilizar sus teclas de cursor para desplazarse por el juego. También hará uso de la tecla enter para escoger o ejecutar una acción.

¿Qué personaje controla el usuario?

El usuario puede escoger utilizar un diseño de personaje de entre ocho (cuatro niños y cuatro niñas), el cual llevará su nombre. Puede cambiar el color de su cabello utilizando una paleta de colores.

¿Cuál es la meta principal del minijuego?

El usuario pasará por cinco niveles, acumulando la mayor cantidad de puntos que pueda en cada uno. Los primeros cuatro niveles se refieren a un valor (empatía, respeto, tolerancia y responsabilidad), mientras que el final es un repaso de los conceptos eje dentro de un juego de memoria. Los niveles pueden ser juegos de destreza, de azar o una combinación de ambos.

¿Qué es distinto en este minijuego?

Bully Defenders se enfoca en la promoción de valores para ayudar a prevenir el *bullying*. Este aspecto preventivo lo diferencia de otros esfuerzos en la materia.

¿Dónde se juega?

El juego está diseñado para usarse en computadoras personales. Podrá jugarse en línea en la página de Facebook del programa Escuelas Sin Violencia (o Escuelas Aprendiendo a Convivir), en la página de Facebook de la Secretaría de Educación del Distrito Federal (Secretaría de Educación Gdf) o en la página de la campaña en el sitio de la Secretaría de Educación del Distrito Federal. Asimismo, puede descargarse para ser utilizado fuera de línea.

Diseño del minijuego

Logo

Se eligió una tipografía juvenil y moderna, con cuatro círculos representando los valores del juego. El logo es minimalista y usa sólo dos colores: blanco y negro.



Diseño y personalización de personajes

Se propone crear ocho diseños principales: cuatro personajes masculinos y cuatro femeninos. La personalización es limitada: los usuarios pueden escoger cambiar el color de cabello de los diseños de personaje, usando una paleta de color.

Resumen

El minijuego se desarrolla en una escuela, por lo que se incorporan fondos y elementos relacionados al entorno escolar. El minijuego está contemplado para jugarse en menos de diez minutos y que pueda ser completado sin mayor dificultad. El objetivo es acumular el mayor puntaje y el elemento competitivo radica en superar el puntaje pasado o el de algún compañero. El fin último es que el alumno concluya todo el juego y sea expuesto al conjunto de valores, por lo cual se decidió sacrificar el grado de dificultad para evitar correr el riesgo de que el mensaje sea incompleto.

Esquema del videojuego (ver anexo):

- Imagen 1: Logo del videojuego, con logos de patrocinadores (Ciudad de México, SE DF, Escuelas Sin Violencia, Escuelas Aprendiendo a Convivir).
- Imagen 2: Bienvenida, pantalla de inicio del juego.
 - Imagen 3: Recordatorio del concepto de “valores”.
- Imágenes 4 y 5: Elección del diseño de personaje.
- Imagen 6: Nivel 1: Empatía. Se desarrolla en un salón de clases. Descripción de la situación e instrucciones del juego: el usuario debe evitar que insultos y objetos aventados por algunos alumnos alcancen a llegar a un compañero, poniéndose literalmente en el lugar del otro. Cuenta con un límite de tiempo.
 - Imagen 7: Screenshot del nivel.
 - Imagen 8: Recordatorio del concepto de “empatía”.
- Imagen 9: Nivel 2: Respeto. Se desarrolla en el patio de la escuela. Descripción de la situación e instrucciones del juego: el usuario debe evitar que las pertenencias de sus compañeros sean tiradas a la basura, valorando así las cosas -y la integridad- de los demás. Cuenta con un límite de tiempo.
 - Imagen10: Screenshot del nivel.

- Imagen 11: Recordatorio del concepto de “respeto”.
- Imagen 12: Nivel 3: Tolerancia. Se desarrolla a la salida de la escuela. Descripción de la situación e instrucciones del juego: el usuario debe invitar a sus compañeros a una fiesta, tratando de esquivar a quienes lo quieran detener insultando al otro; por ejemplo: “No lo invites, es raro.” Si no puede evitar al personaje negativo pero alcanza a dar *Enter* en cierto lapso, puede bloquearlo con un mensaje positivo automático, como “Pero es muy divertido.” Así, se busca contraponer cualidades que algunos perciben como negativas con otras positivas. Cuenta con un límite de tiempo.
 - Imagen 13: Screenshot del nivel.
 - Imagen 14: Recordatorio del concepto de “tolerancia”.
- Imagen 15: Nivel 4: Responsabilidad. Se desarrolla en el baño. Descripción de la situación e instrucciones del juego: el sentido del concepto se da desde un inicio; un compañero/a ha sido encerrado/a en el baño, bajo el argumento de que “se lo buscó”, lo cual es falso y no es una conducta correcta. El alumno debe escoger una puerta al azar tras la cual cree que se encuentra su compañero y así ayudarlo. El puntaje se obtendrá proporcionalmente inverso al tiempo que tarde el usuario en encontrar a su compañero.
 - Imagen 16: Screenshot del nivel.
 - Imagen 17: Recordatorio del concepto de “responsabilidad”.
- Imagen 18: Nivel 5: Memoria. Es un juego estilo memorama que sirve para reforzar los conceptos.
 - Imagen 19: Screenshot del nivel.
- Imagen 20: Felicitaciones y conteo del puntaje.
- Imagen 21: Información adicional y datos de contacto.

3.5.2. Medios Secundarios

Como medios secundarios se contemplan tres principalmente:

En primer lugar, una pulsera de tela bordada con el logo de *Bully Defenders* y la página web de la SE DF, la cual será distribuida entre los estudiantes. Para

mantener el sentido de unión en la campaña, se contemplan sólo dos tipos: uno en blanco y negro para los niños, y uno en magenta y blanco para las niñas; ambos sobre un fondo negro.



En segundo lugar, una memoria USB de 1 GB, con el minijuego e información de la Campaña Escuelas Sin Violencia precargado. Éste también lleva el logo de Bully Defenders.



En tercer y último lugar, un tríptico para los padres, en el cual se explica qué es el *bullying* y sus consecuencias. Asimismo, se solicita su apoyo para verificar que sus hijos completen el minijuego.

Lado A del tríptico:

Hemos dado a sus hijos/as una memoria USB con una copia del minijuego **Bully Defenders: Valores contra el bullying** integrada.

Les solicitamos que se aseguren que sus hijos/as completen el juego, el cual puede usarse en una computadora en casa o en línea en la dirección:

www.educacion.df.gob.mx/

Bully Defenders es un minijuego que se basa en la promoción de cuatro valores -tolerancia, empatía, respeto y responsabilidad- para contribuir en la prevención del maltrato escolar.

Muchas gracias por cooperar en esta iniciativa de prevención del maltrato escolar. Su apoyo es fundamental para que las políticas escolares en contra de la violencia en las escuelas sean exitosas.

Sin ustedes, no podremos lograr acabar con este problema que nos afecta a todos.

¿Qué es el Bullying?



BULLY DEFENDERS
VALORES CONTRA EL BULLYING ●●●●

Si quieres saber más sobre el tema, contáctanos en los teléfonos 5080 5705, 5080 5706 y 5080 5721; o escríbenos a: escuelasinviolencia@educacion.df.gob.mx

www.educacion.df.gob.mx

Lado B del Tríptico.

El **bullying** -también conocido como acoso o maltrato escolar- se da cuando un alumno/a o grupo de estudiantes realizan de manera cotidiana actos de agresión en contra de otro compañero/a, con la intención de causarle un daño.

El bullying puede ser:

- Físico: golpes, patadas, empujones, encierros, daño a la propiedad ajena.
- Verbal: insultos, apodos, amenazas, intimidaciones.
- Psicológico: exclusión social, "ley de hielo", señales, gestos, miradas.
- Cyberbullying: se da a través del chat, redes sociales, mensajes, etc.

Las **consecuencias** del bullying en los niños/as pueden ser profundas y duraderas:

- Los niños/as que intimidan a otros pueden conservar tendencias agresivas a lo largo de su vida y tener dificultades para entablar relaciones sociales.
- Los alumnos/as que son víctimas del maltrato pueden sufrir de baja autoestima, ansiedad y depresión.
- Los estudiantes que observan el acoso sin sufrirlo pueden sentir impotencia por no intervenir, además de volverse insensibles ante la violencia y aprender a verla como algo natural.



Para **acabar con el bullying**, es importante que las escuelas, las autoridades educativas y los padres de familia trabajemos en conjunto para prevenir, detectar y combatir el maltrato escolar en todas sus formas.

Por eso, estimados padres y madres de familia, les pedimos que nos apoyen en los esfuerzos que estamos realizando para hacer frente a este importante problema.



3.5.3. Racional Creativo

Medio Primario: Bully Defenders

Se presenta en el Anexo un boceto del diseño del videojuego que pretende dar una imagen general del concepto creativo a seguir. Éste es sólo un *template*, ya que al ejecutar la campaña, la institución patrocinadora -al ser una entidad pública- licitaría el diseño y ejecución del videojuego a quien cumpla mejor sus requisitos. No obstante, quien se encargue de programar el videojuego deberá mantener ciertos aspectos presentes tanto en el *template* como en el *High Concept Document*.

- La paleta de color deberá estar compuesta por tonos vibrantes y juveniles que resulten atractivos al público meta.
- Ya que se pretende que los textos no sean muy extensos, la tipografía deberá ser de preferencia de tipo Sans Serif, con un estilo caligráfico o educativo que transmita un efecto de modernidad, alegría y seguridad.
- Los diálogos serán cortos, escritos en segunda persona, y consistirán en narraciones breves y concisas, pero informativas, redactadas en un tono fresco y sencillo. Se procurará que los textos se refieran a escenas de la vida escolar específicas que resulten familiares para los niños, y les permitan identificar en qué tipo de contextos cotidianos intervienen los valores. Asimismo, se debe procurar que el videojuego esté programado para que el lenguaje esté en masculino o femenino, de acuerdo al personaje que el usuario eligió al inicio.
- Deberá cuidarse que el diseño de los personajes sea moderno y atractivo, pues es importante que los usuarios se sientan identificados con el avatar de su elección. Para lograr esto, se plantea contar con ocho diseños (cuatro niños y cuatro niñas) diferentes, entre los cuales pueden elegir, con un rango de personalización limitado que les permita escoger el color del cabello de su personaje. Los avatares vestirán uniformes escolares, ya que el juego entero se desarrolla dentro o alrededor de planteles académicos.
- En el diseño de los fondos se plantea tener en cuenta los escenarios típicos de una escuela, particularmente aquellos donde frecuentemente los niños se encuentran más susceptibles a ejercer o a sufrir *bullying*: el salón de clases, el patio de recreo, el baño, la salida de la escuela. En ellos debe haber elementos que hagan alusión a estos lugares, como bancos, canchas, pizarrones, objetos escolares, etc. Los escenarios deben resultar familiares a los usuarios, sin estar sobrecargados de elementos.
- La imagen inicial del videojuego deberá llevar el logo de *Bully Defenders*, el del Gobierno del Distrito Federal, de la SE DF y del programa Escuelas Sin Violencia. Esto, para mantener el aspecto institucional de la campaña, ya que los logos son parte de la estrategia de comunicación de la misma. Así, se da a conocer que la SE DF está realizando esfuerzos importantes por

difundir estos valores como forma de prevención del bullying en los centros escolares.

- Por cada uno de los niveles, deberá haber un recordatorio final de lo que significa el valor correspondiente, que servirá para anclar cada concepto en la mente del usuario. El último nivel, el juego de memoria, servirá como último repaso de todos los valores.
- Al finalizar el juego, deberá haber una pantalla de conteo de puntaje y felicitación, que permitirá al usuario sentir que logró su objetivo al hacer uso de los valores, además de que le invita a recordarlos y utilizarlos todos los días, para transmitirles el mensaje de que su compromiso no termina con el juego, sino que debe hacer uso de estos valores todos los días para seguir siendo un *Bully Defender*. Posteriormente, seguirá una pantalla que brinda información adicional sobre el tema del *bullying*, así como datos de contacto de la Campaña Escuelas Sin Violencia. Esto, para brindarle continuidad al usuario en caso de que desee conocer más sobre el acoso entre escolares o las campañas *antibullying* de la SE DF. De la misma manera, esta información sirve como un *call to action*, motivando a los usuarios a involucrarse con la institución patrocinadora, misma que podrá generar otras estrategias para dar seguimiento al fomento de los valores que son el eje de la presente campaña.

Medios Secundarios:

Pulseras de tela

En este caso, se eligió tener sólo dos diseños, uno para niños y otro para niñas. Esto principalmente por dos razones: disminuir los costos, y, sobre todo, mantener un sentido de unión con la campaña. Ambos diseños de pulsera son virtualmente idénticos; lo único que cambia es el color de la letra. Las pulseras son minimalistas, con el afán de no recargar demasiado el diseño y presentar el mensaje de la manera más clara y concisa posible. Consisten en el logo de *Bully Defenders* y la página *web* de la SE DF sobre un fondo negro, lo que le permite mantener el sentido de unión con el videojuego, donde el negro es el color del fondo del logo. En el caso de los niños, los caracteres van bordados en color blanco, como en el logo original. Las pulseras para niñas llevan el color magenta, que resalta el mensaje y brinda un toque femenino al material sin modificar su estructura.

En todo momento se busca que el mensaje principal, el logo del videojuego y la dirección *web* dónde encontrarlo, sea claramente legible, sin recargar demasiado los materiales con elementos que puedan desviar la atención del público meta.

Memoria USB con el videojuego precargado

Este material se utiliza principalmente como una herramienta para difundir el videojuego de manera directa, a la vez de proporcionar a los alumnos de un objeto que les puede ser de gran utilidad en sus actividades académicas. Cada vez es más común que los profesores soliciten trabajos y tareas realizados en computadoras, y una de las maneras más fáciles de transportar estos archivos, ya sea para presentar como para imprimir, es a través de una memoria USB.

Por ello, a la vez de ser de gran ayuda para el estudiante, las memorias USB sirven en este caso como un material adecuado para *marketing* directo. La ventaja es doble: al estar el videojuego precargado se elimina la necesidad de que el alumno tenga que estar conectado a Internet para hacer uso del programa; y en segundo lugar, al llevar la memoria el logo de *Bully Defenders* continúa con la difusión del material de la campaña.

Nuevamente, para mantener el sentido de unión, se recurrió a mantener el diseño minimalista, consistiendo sólo del logo sobre un fondo neutro. Se optó por este tipo de estilo porque los niños actualmente tienen acceso a una variedad de videojuegos y aplicaciones que explotan esta corriente estética, por lo que los usuarios están muy familiarizados con estos diseños. Así, se pretende que el mensaje sea difundido a través de estímulos visuales a los que el público meta está acostumbrado, para que la apropiación de éste se dé de manera natural.

Tríptico

Éste material no sigue la misma línea que el resto, ya que el público objetivo es otro. En este caso, se procura llegar a los padres para hacerlos partícipes de la campaña, buscando que la estrategia sea integral y tratando de lograr el mayor número de impactos posibles, de manera que los padres influyan en sus hijos para que jueguen *Bully Defenders*; es decir, que los acompañen, se sienten con ellos y los impulsen a usar del videojuego.

El folleto se planteó de forma que sea informativo sobre el fenómeno del *bullying*, sus consecuencias, el juego *Bully Defenders* y los datos de contacto por si desean información adicional. El tono y lenguaje del tríptico es formal, teniendo en cuenta que va dirigido a un público adulto, y utiliza ambos géneros al referirse a los alumnos, procurando que el lenguaje sea incluyente en todo momento.

El diseño procura manejar colores en su mayoría neutros, como el negro, gris y blanco, sólo teniendo el rojo como tono adicional. Esto, en conjunto con los elementos gráficos estilizados, permite continuar en términos generales con el tono de la campaña, pero dándole un toque de sobriedad que transmita a los padres la seriedad del tema.

Asimismo, la sencillez en la paleta de color y el diseño tienen el beneficio agregado de que el tríptico puede ser fotocopiado sin que se pierda el efecto global del folleto.

3.6. Selección de medios

La selección de medios implica realizar un análisis de las alternativas y canales de comunicación más viables para lograr el mayor número de exposiciones posibles ante nuestra audiencia meta, y así elevar su interés en la campaña. En este caso, nuestros medios se limitan a *marketing* directo y el uso de redes sociales e Internet.

Cabe señalar que, de acuerdo con José Ramón Sánchez Guzmán, el *marketing* directo, también conocido como *marketing Below the Line (BTL)* o de guerrilla, es “una forma de comunicación [...] que pretende obtener una respuesta directa a la propuesta contenida en el mensaje del emisor, utilizando para ello diversos canales de transmisión, fundamentalmente aquellos que le permiten establecer un contacto personal con el receptor.”¹³⁹

Por su parte, Juan Carlos Gázquez-Abad y Marie Hélène de Cannière establecen en su artículo “Marketing directo: delimitación conceptual e influencia en el comportamiento de compra del consumidor”, que éste:

*[...] se configura, principalmente, como un medio que la organización tiene para poder comunicarse de forma directa con sus clientes actuales y potenciales, con un doble objetivo: 1) comenzar a crear una relación, especialmente con aquellos clientes potenciales de la organización, y 2) mantener la relación, fundamentalmente con los clientes ya actuales.*¹⁴⁰

Se eligió utilizar estrategias de *marketing* directo para la presente campaña debido a los beneficios que representa para un público meta bien definido. Como señalan Gázquez-Abad y de Cannière: “uno de los aspectos que ha motivado el crecimiento del *marketing* directo es su capacidad para alcanzar directamente al público objetivo, obteniendo información relevante y, a partir de ella, construir relaciones duraderas.”¹⁴¹

¹³⁹ José Ramón Sánchez Guzmán. *El Marketing*. Acento Editorial, Madrid, 1997. p. 90.

¹⁴⁰ Juan Carlos Gázquez-Abad y Marie Hélène de Cannière. “Marketing directo: delimitación conceptual e influencia en el comportamiento de compra del consumidor” en *Universia Business Review*. Madrid, España, cuarto trimestre 2008, número 20. p.108.

¹⁴¹ Ídem.

3.6.1. Racional de medios

Como se señaló con anterioridad, la elección de un minijuego se da debido a las posibilidades educativas que éstos pueden tener. Ma. Begoña Alfageme y Pedro Sánchez Rodríguez establecen que “los juegos tienen un potencial educativo importante y su valor no sólo es de motivación sino que a través del videojuego se puede aprender a aprender, se pueden desarrollar destrezas, habilidades, estrategias y relaciones interpersonales.”¹⁴²

Los videojuegos pueden ayudar a potenciar la adquisición de habilidades psicomotrices, la perspectiva espacial, la asimilación y retención de información, la resolución de problemas, la habilidad de tomar decisiones, la perspectiva analítica y el lapso de atención de los usuarios, continúan.

Verónica Marín y Ma. Dolores García concuerdan, aclarando que -además de las habilidades mencionadas- el valor formativo y educativo de los videojuegos radica en: “1. Su capacidad en potenciar la curiosidad por aprender; 2. Favorecer determinadas habilidades; 3. Permitir el desarrollo distintas áreas transversales del currículum [sic]; 4.Reforzar la autoestima y el valor de uno mismo.”¹⁴³ Las autoras opinan que, con la correcta supervisión escolar y familiar, los videojuegos pueden favorecer el desarrollo de conductas socialmente aceptadas y disminuir las conductas impulsivas y de autodestrucción.

Julián Pindado también hace un recuento de las posibilidades educativas de los videojuegos, pero además pone énfasis en el potencial que tienen para la difusión de contenidos y valores saludables. Para ejemplificarlo, hace alusión a un proyecto del Departamento de Salud del Estado de Nueva York para la prevención de comportamientos de riesgo relacionados con el SIDA; un estudio de la Universidad de Texas de utilización de herramientas interactivas para la promoción de la salud; y un estudio sobre las funciones positivas de los videojuegos para la prevención de comportamientos adictivos desarrollado por el Instituto Suizo de Prevención del Alcohol y Drogas.¹⁴⁴

Se eligió que la plataforma del videojuego fuera para computadora debido a que es una de las herramientas a las que más recurren los jóvenes para fines académicos y lúdicos, además de que su uso ha ido generalizándose conforme

¹⁴² Ma. Begoña Alfageme González; Pedro A. Sánchez Rodríguez. “Aprendiendo habilidades con videojuegos” en *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*. España, año 2002, número 19. p. 115.

¹⁴³ Verónica Marín Díaz; Ma. Dolores García Fernández. “Los videojuegos y su capacidad didáctico-formativa” en *Pixel-Bit. Revista de Medios y de Educación*. Universidad de Sevilla, España, julio 2005, número 026. p. 116.

¹⁴⁴ Julián Pindado. “Las posibilidades educativas de los videojuegos. Una revisión de los estudios más significativos” en *Pixel-Bit. Revista de Medios y de Educación*. Universidad de Sevilla, España, julio 2005, número 026. pp. 59,60.

más públicos se sienten atraídos hacia las tecnologías. Como advierte Teresa Pintado, el uso de la computadora ha ido evolucionando:

(...) si al principio Se utilizaba básicamente como herramienta de trabajo, en la actualidad el uso es mucho más variado. Los más habituales entre los adolescentes son los siguientes:

- *Utilización de Internet (...)*
- *Uso de juegos para PC, que se suelen utilizar en muchos casos como complemento a las consolas de videojuegos.*
- *Visualización de películas o CD.*
- *Escuchar música.*
- *Y, finalmente, para la realización de trabajos para clase.*¹⁴⁵

Se pretende que el acceso al videojuego pueda ser a través de internet, aunque también se considera su ejecución en computadoras fuera de la red, ya que “los adolescentes han vivido prácticamente toda su vida con Internet, por lo que están muy familiarizados y se sienten muy cómodos en la red.”¹⁴⁶ A través del internet los niños y jóvenes pueden buscar información que les sea útil o divertirse de muchas formas en la red; aún más, señala la autora, muchos adolescentes no sólo navegan desde sus hogares, sino también desde sus escuelas.¹⁴⁷

México, destacó en enero de 2011 Manuel Vexler, director de Mercadotecnia IMS/NGN de Huawei, tiene el uso más alto de internet en total de horas por persona en comparación con el resto de los países de Latinoamérica.¹⁴⁸ Aún más, los usuarios mexicanos, continúa Vexler, en vez de usar el email como método de comunicación están comenzando a recurrir a las redes sociales, como Facebook, para compartir documentos, videos, audios y fotos. Por ello se considera la posibilidad de que el juego pueda también ser utilizado como aplicación para Facebook, para que así los estudiantes puedan agregar el juego a sus cuentas en la red social y publicar sus resultados.

Esto, tomando en cuenta que según Socialbakers, una herramienta que ofrece estadísticas y aplicaciones sobre el uso de Facebook, la Ciudad de México tiene 9.3 millones de usuarios activos en Facebook, lo que lo coloca en la tercer ciudad con mayor número de usuarios, después de Yakarta, Indonesia, con 17.4 millones de usuarios; y Estambul, Turquía con 9.6 millones de registros.¹⁴⁹ No obstante, esta cifra contrasta con la ofrecida por la revista Merca 2.0 a principios de 2011,

¹⁴⁵ Teresa Pintado Blanco. *Marketing para adolescentes*. Pirámide, Madrid, 2004. pp. 63-64.

¹⁴⁶ *Ibíd.* p. 184.

¹⁴⁷ *Ibíd.* p. 64.

¹⁴⁸ MACO (El Universal). “México, líder en AL en uso de internet” en El Informador. Ciudad de México, 31 de enero de 2011. <http://www.informador.com.mx/economia/2011/267697/6/mexico-lider-en-al-en-uso-de-internet.htm> (16 de agosto de 2011).

¹⁴⁹ Agencias. “Destaca México en uso de Facebook” en Expreso.com.mx. México, 9 de abril de 2011. http://www.expreso.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=14014:destaca-mexico-en-uso-de-facebook&catid=52:redes-sociales&Itemid=53 (13 de agosto de 2011).

donde revela que en el Distrito Federal hay 3,423,580 cuentas. Asimismo, de acuerdo con Merca 2.0, en el país hay 13,645,520 usuarios, de los cuales el 35.67% dicen tener entre 13 y 20 años de edad.¹⁵⁰

Es por lo anterior que se considera que un minijuego representa una herramienta viable para la promoción de valores para prevenir el *bullying* entre los niños y jóvenes de la delegación Cuauhtémoc.

El uso de memorias USB y de pulseras como materiales promocionales se considera debido a que son artículos de utilidad o interés para los estudiantes. Las memorias, que tendrán el minijuego precargado, les pueden servir para transportar sus trabajos escolares, fotos, música o demás archivos de su interés. Las pulseras son artículos que gozan de gran popularidad como accesorios entre los estudiantes de las edades contempladas, independientemente de su sexo.

Los folletos que se contemplan en la campaña están dirigidos a los padres de familia, para difundir entre ellos los riesgos del *bullying* y la importancia de intervenir en la educación y promoción de valores en sus hijos, en general; y en particular para que inciten a sus hijos a usar el minijuego.

¹⁵⁰ Merca 2.0. "Facebook la red social en América." México, 24 de enero de 2011. <http://www.merca20.com/facebook-en-el-continente-americano-infografia/> (15 de agosto de 2011).

3.6.2. Calendario

A continuación se presenta el calendario de entrega de los materiales a las escuelas, de acuerdo con el calendario escolar 2012-2013.

| MES | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 |
|-------------------|------------------------------------|---|--|-------------------|
| Septiembre | Peralvillo | Peralvillo y Valle Gómez | Ex Hipódromo de Peralvillo, Tlatelolco y San Simón Tolnahuac | |
| Octubre | Atlampa y Tlatelolco | Morelos | Morelos | |
| Noviembre | Buenavista y Guerrero | Guerrero | Guerrero | |
| Diciembre | San Rafael y Santa María la Rivera | Santa María la Ribera | VACACIONES | VACACIONES |
| Enero | Centro | Centro | Centro | |
| Febrero | Centro | Centro | Centro | |
| Marzo | Juárez y Cuauhtémoc | Condesa y Roma Norte | Roma Norte | VACACIONES |
| Abril | VACACIONES | Hipódromo, Hipódromo Condesa y Roma Sur | Roma Sur | |
| Mayo | Buenos Aires y Doctores | Doctores | Algarín, Asturias, Asturias Ampliación | |
| Junio | Esperanza, Paulino Navarro | Obrera | Revolución | |

Entrega a escuelas

Entrega a alumnos

3.6.3. Resumen de inversión

Ya que hay un total de 6,064 alumnos de sexto de primaria en la delegación Cuauhtémoc, se contempla mandar a imprimir un total de 6,100 unidades de cada material a entregar.

| MEDIO | COSTO UNITARIO | UNIDADES | COSTO TOTAL |
|--|----------------|----------|-------------|
| Pulseras de tela de 2 cm de ancho. | \$1.9 | 6,100 | \$11,590 |
| Memorias USB de 1 GB con el juego precargado | \$80 | 6,100 | \$488,000 |
| Trípticos tamaño carta | \$1.5 | 6,100 | \$9,150 |
| Minijuego para computadora | 100,000 | 1 | 100,000 |

| | |
|-------------|-----------|
| TOTAL FINAL | \$608,740 |
|-------------|-----------|

CONCLUSIONES

La comunicación es un fenómeno básico y primordial en la composición de la sociedad; sin ella, no podríamos empezar a comprender el concepto de sociedad. De acuerdo con una de las definiciones que ofrece la Real Academia Española sobre el término “comunicación,” éste es la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.” En términos generales y tomando en cuenta lo anterior, se desprende que por “comunicar” entendemos la acción que ejerce un emisor al difundir un mensaje hacia un receptor, habiendo entre ambos un medio o lenguaje común que permita descifrar el contenido de éste.

Como ciencia aplicada, la Comunicación tiene el fin último de llevar a cabo una estrategia para intervenir en algún aspecto de la realidad. La manera en que logramos difundir o dar a conocer un mensaje -y así incidir en algún campo social- puede ser muy variada; tanto, que existen diversas escuelas y teorías académicas que pretenden explicar las Ciencias de la Comunicación desde sus respectivos enfoques.

La función básica de cualquier comunicólogo es la transmisión de mensajes, lo cual logramos a través de nuestros diversos campos de acción: el periodismo, la producción audiovisual, la publicidad, la comunicación política y la comunicación organizacional. Aunque todas tienen un fin común -el comunicar- cada disciplina tiene códigos y métodos propios mediante los cuales logra incidir en la sociedad.

En particular, los publicistas tenemos la función de propagar un mensaje con el fin de atraer a posibles compradores, espectadores, clientes o usuarios. Por lo general, se tiene el concepto de que dicho mensaje obedece a fines netamente comerciales. Si bien es cierto que éste es uno de los campos que explota la disciplina, la realidad es que la publicidad representa un campo fértil mediante el cual se puede lograr divulgar o extender el alcance de cualquier señal de manera exitosa hacia el público objetivo al que queremos dirigirnos.

La capacidad y versatilidad con que cuenta la publicidad, además de su aptitud para definir nichos y públicos meta específicos hacia los cuales dirigir los mensajes, ha permitido que desde hace más de tres décadas se hayan ido explorando seriamente los alcances sociales del mensaje publicitario, y las posibilidades de aplicar los medios y herramientas propios de la disciplina al campo de acción social. De todo ello surge el concepto de “publicidad social”: el uso y aplicación de los métodos publicitarios a temas de índole social.

A través de campañas de publicidad social podemos informar al público sobre algún tema, alertar a la población sobre riesgos, difundir mensajes con función social, buscar modificar alguna conducta, etc. Asimismo, las posibilidades sociales de la publicidad nos permiten elegir hacer uso de aquellas herramientas, medios y métodos que más se adecúen a nuestro objetivo: medios convencionales, *Below the Line* y *Through the Line*; campañas masivas de difusión, lanzamiento,

relanzamiento o posicionamiento; publicidad directa o *marketing* viral; etc.; en fin, podemos escoger de entre un cúmulo lo que nos sea de utilidad particular.

La publicidad social ha sido aplicada en diversos rubros, con diferentes grados de éxito: en salubridad, con campañas anticonceptivas, contra la obesidad, de promoción de la salud, de prevención de enfermedades, etc.; el de sanidad, con campañas de higiene y bienestar social; ecológicos, con campañas de uso responsable del agua y la energía, de fomento al reciclaje y cuidado del ambiente; etc.; y el económico, con la promoción del ahorro y el cuidado en el manejo de las finanzas personales, etc., por mencionar algunos.

Tomando en cuenta las posibilidades y los alcances que tiene la publicidad para intervenir en los problemas de índole social, elegí hacer uso de la publicidad social para presentar una propuesta que pretende coadyuvar en los esfuerzos que realizan las entidades gubernamentales por erradicar un serio problema en el ámbito escolar: el *bullying*.

El acoso escolar no es en lo absoluto reciente: el *bullying* es sin duda un fenómeno añejo, si bien antes no se veía como un problema como tal. De hecho, no fue sino hasta el siglo pasado que se comenzó a estudiar con rigor científico el maltrato entre pares, así como las consecuencias de éste. Aún más, no ha sido sino hasta en tiempos recientes que el *bullying* ha comenzado a ser un tema importante en el currículo escolar y en los medios de comunicación masiva.

Los efectos que tiene el acoso sobre los involucrados, que antes se consideraban normales e incluso se creía que forjaban el carácter de quien lo padecía, pueden ser severos y muy duraderos. Incluso, los casos llegan a lo trágico: casos de agresión física que resultan en un daño irreparable para la víctima, o el suicidio de quien lo padece de manera constante.

El problema ha llegado a tal grado que ignorarlo ya no es una opción. Las autoridades educativas y la sociedad civil en tiempos recientes se han dedicado a realizar diversos esfuerzos por detectar, atenuar y solucionar los casos de *bullying* que se presentan día con día. Sin embargo, al hacer una revisión de los programas existentes tanto en el ámbito institucional como en el de las organizaciones no gubernamentales, detecté que los esfuerzos por prevenir el problema de la intimidación escolar han sido pocos y que en general se presentan sólo de manera ocasional e incidental.

Ahora bien, no pretendo de ninguna manera menospreciar los programas existentes que ofrecen una solución a un problema que ya se ha presentado y que representan una valiosa herramienta para lograr erradicar un problema tan severo como es el *bullying*. Más bien, me interesa apoyar los esfuerzos que se están realizando al respecto, tomando en cuenta una política pública que se ha comenzado a trabajar recientemente en el rubro de la salud: la prevención.

La prevención representa una parte fundamental en el combate a cualquier problema de salud pública; y se puede argumentar de manera consistente que el maltrato escolar es tal. La prevención nos permite erradicar un problema de raíz, desde antes de que se presente, ofreciéndonos al mismo tiempo un campo de acción vasto y la posibilidad de contar con diversas estrategias para hacerlo.

Tras considerar diversas opciones, me aboque a presentar una propuesta de campaña que fuera focalizada y bien definida, considerando que es preferible trabajar sobre un enfoque bien delimitado y establecido que intentar realizar una campaña bien intencionada pero difusa. De ello surge esta propuesta de campaña piloto de publicidad social. Mi objetivo es claro: proponer una herramienta auxiliar e interactiva que, a través de la promoción de valores, contribuya en la prevención de las conductas de agresión entre los alumnos.

¿Por qué trabajar sobre valores? Simplemente, porque los valores contribuyen en la composición de nuestra identidad, a la vez que guían nuestro comportamiento y nos sirven de brújula moral. Fomentando valores, promovemos mejores actitudes de vida hacia el prójimo y hacia nosotros mismos.

Ahora bien, la presente propuesta está diseñada para funcionar como una herramienta auxiliar y complementaria a los programas ya existentes; no pretende de ninguna manera ser una solución final o definitiva al fenómeno del *bullying*. El maltrato escolar es un problema complejo, de raíces profundas, que no puede ser atacado desde un solo frente; se requiere de un esfuerzo multidisciplinario e interinstitucional que involucre a las autoridades educativas, a las entidades gubernamentales de salud y seguridad social, a las escuelas, los profesores, alumnos, padres de familia, entidades no gubernamentales y a la sociedad en general.

Es por ello que es de suma importancia que las autoridades y la sociedad civil sigan realizando de manera constante esfuerzos y programas para prevenir, detectar y erradicar el *bullying*. Se requieren propuestas y soluciones exhaustivas que permitan ir abordando y combatiendo el problema desde todos los frentes posibles. Después de todo, el acoso escolar es también síntoma del grado de aceptación de la violencia en una sociedad. Por ello, la tolerancia y normalización de todo tipo de agresión en la vida cotidiana es algo que debe ser erradicado de fondo en nuestra sociedad.

Asimismo, no se debe dejar de lado el aspecto diagnóstico del problema. Hasta el momento, existen pocas investigaciones que nos permitan saber cuál es la magnitud del problema en México. La SE DF ha tomado la batuta, y su estudio exploratorio realizado en conjunto con la Universidad Intercontinental hace unos años sigue siendo el documento más representativo y completo que se ha hecho en los últimos años en el país.

Si bien algunas instituciones tanto gubernamentales como sociales se han esforzado por ponerle cifras al fenómeno, en su mayoría éstas son aproximaciones, deducciones estadísticas o estudios de pequeña escala que no son representativos. Asimismo, los datos sobre el alcance del problema al interior de la República son muy poco conocidos, pues la mayoría de los estudios se han enfocado en el área metropolitana de la Ciudad de México. Cabe recordar que uno de los primeros pasos para poder hacer frente a un problema es conocer su alcance y extensión.

Por último, quisiera agregar que -sin menospreciar los conocimientos obtenidos durante mi trayectoria laboral- la presente propuesta representa la culminación de las enseñanzas, vivencias, habilidades, y herramientas adquiridas durante mi estancia en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, institución a la cual estoy profundamente agradecida y estoy orgullosa de pertenecer. Los hábitos de investigación, estudio y análisis que me inculcó, el énfasis en el contenido social y las experiencias vividas dentro de ella son elementos que me acompañarán siempre.

Anexo

Imagen 1



Imagen 2

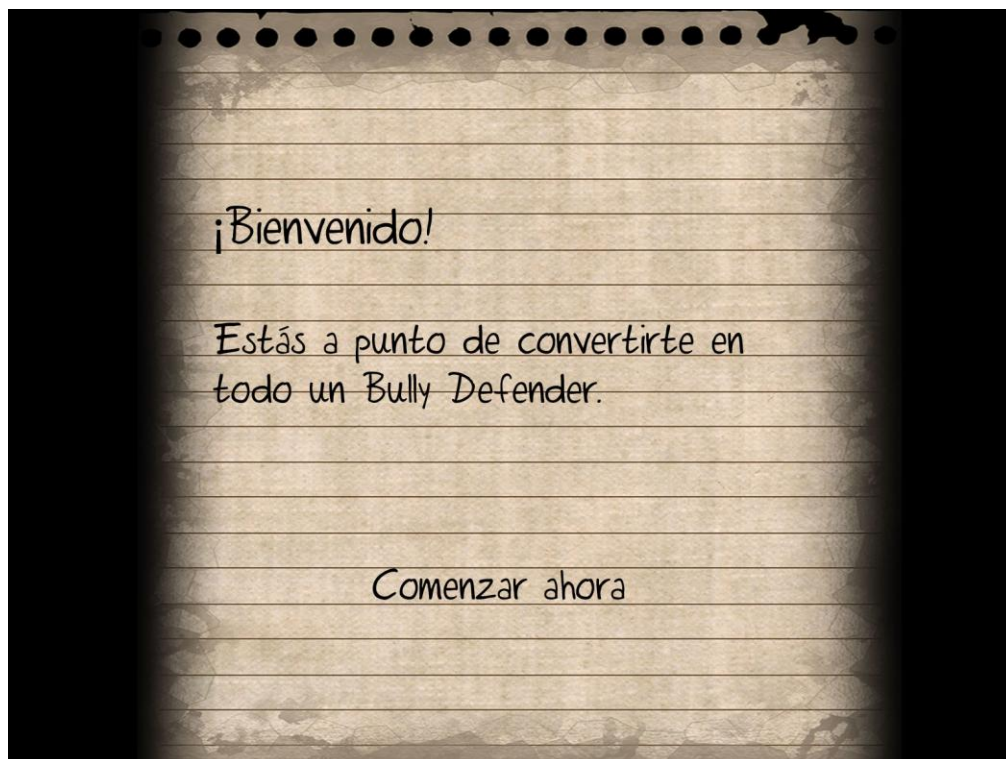


Imagen 3

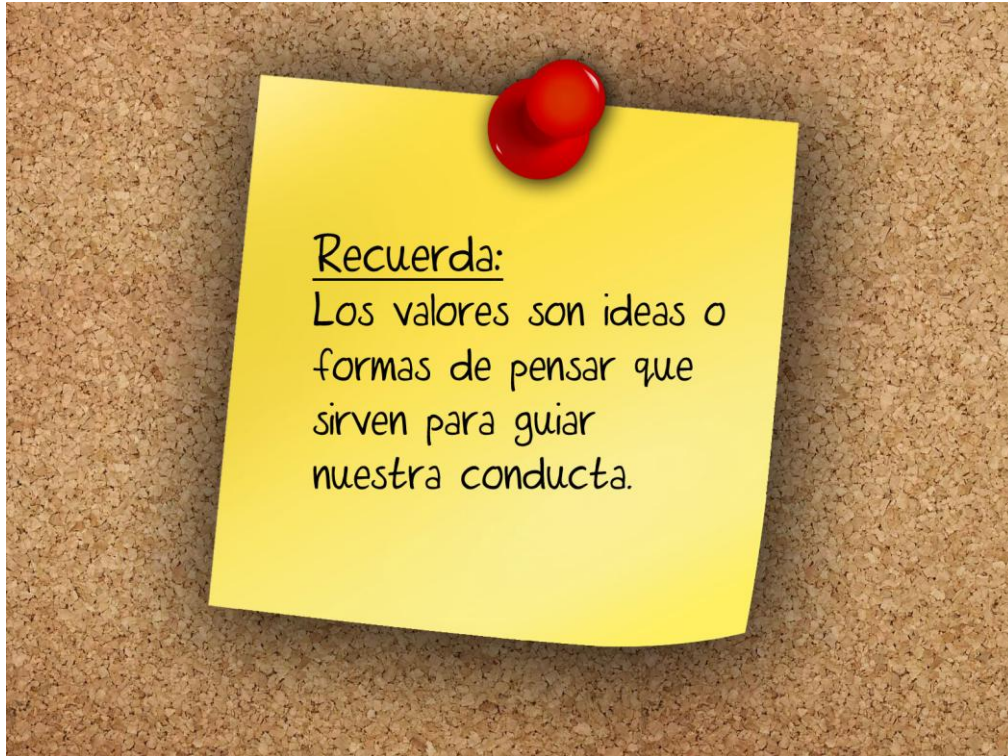


Imagen 4



Imagen 5



Imagen 6

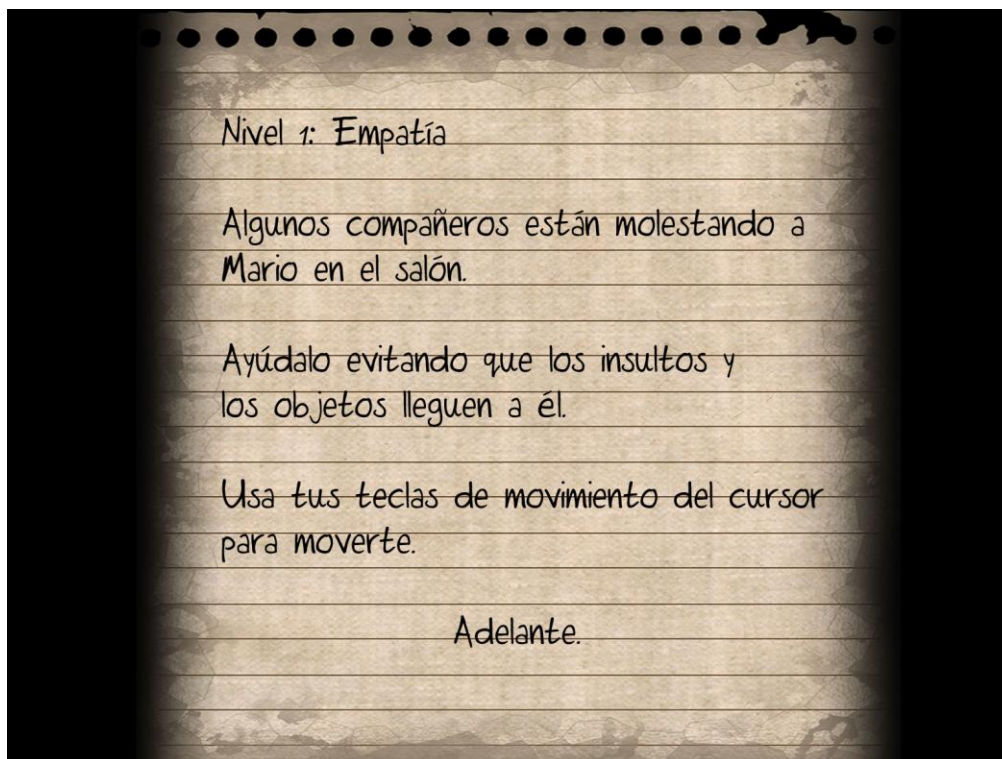


Imagen 7



Imagen 8

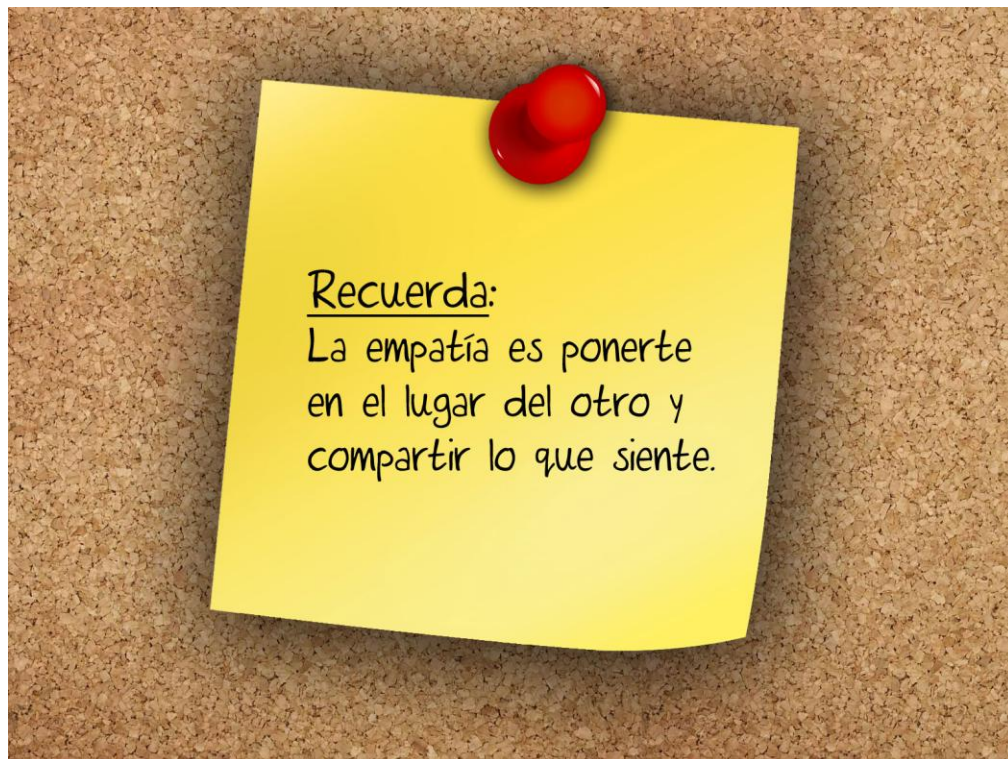


Imagen 9

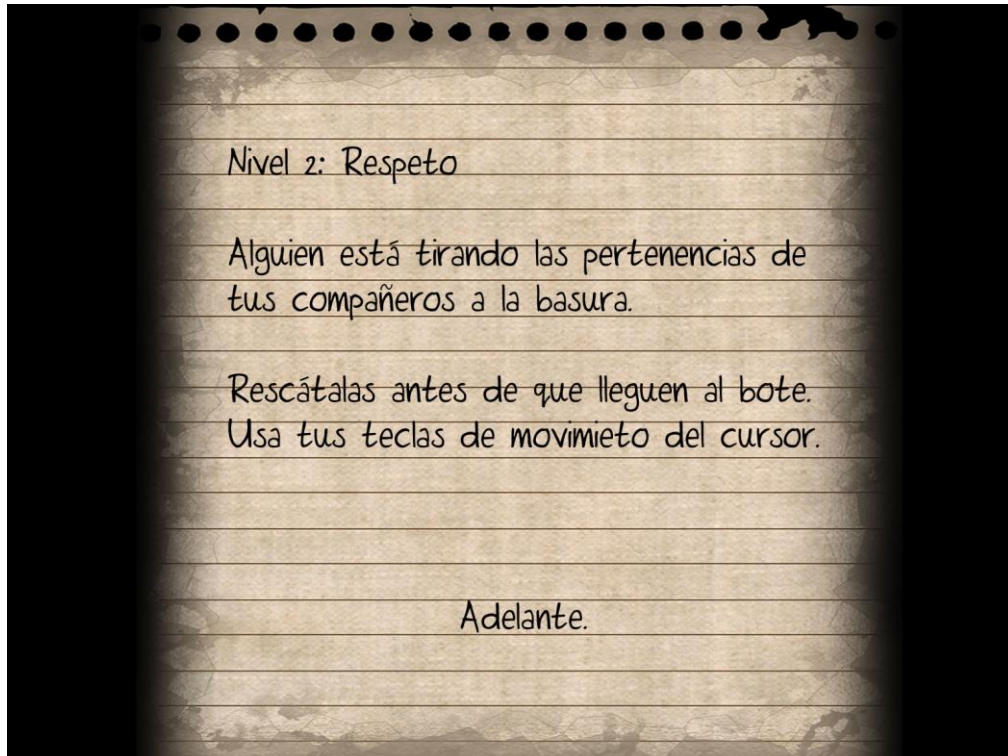


Imagen 10

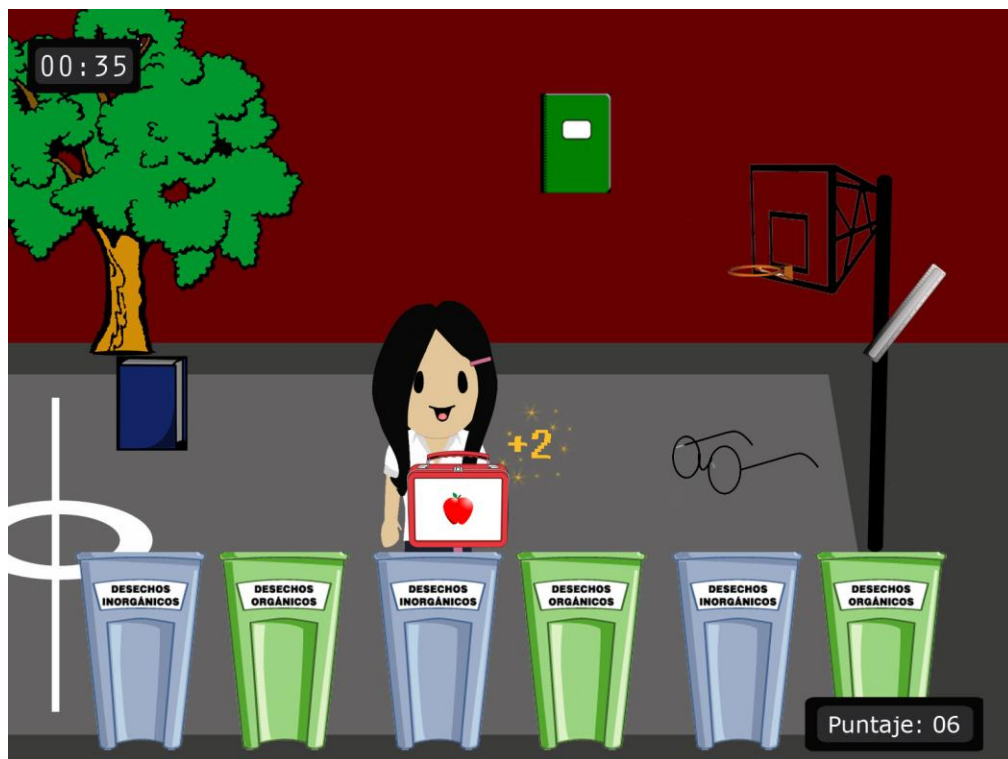


Imagen 11

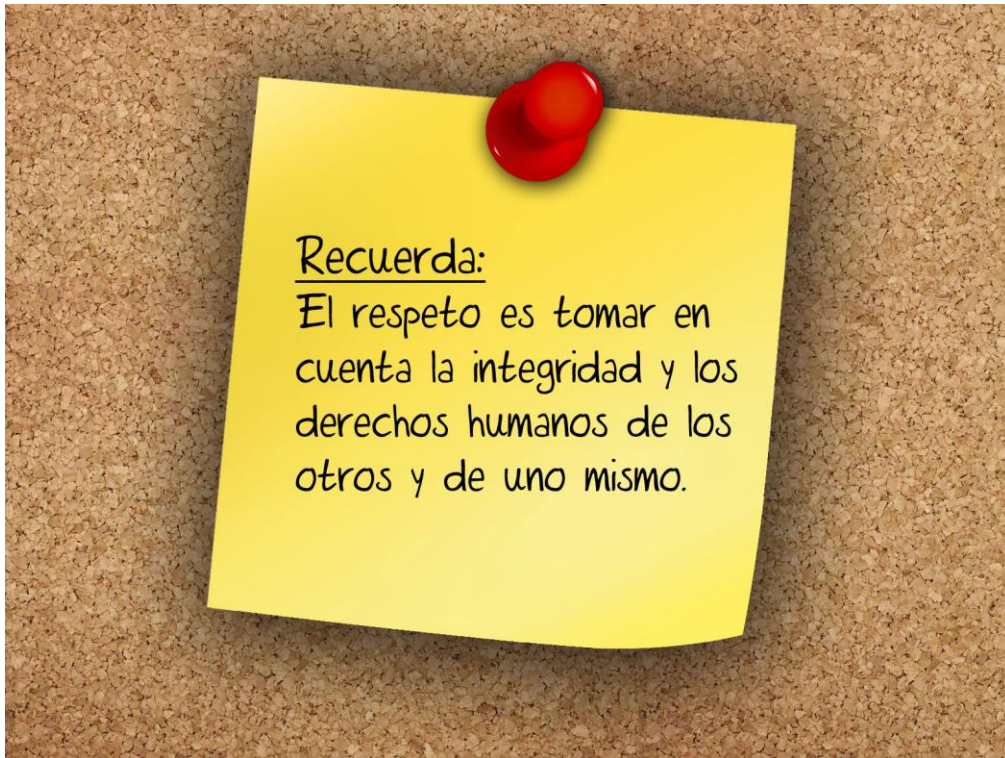


Imagen 12

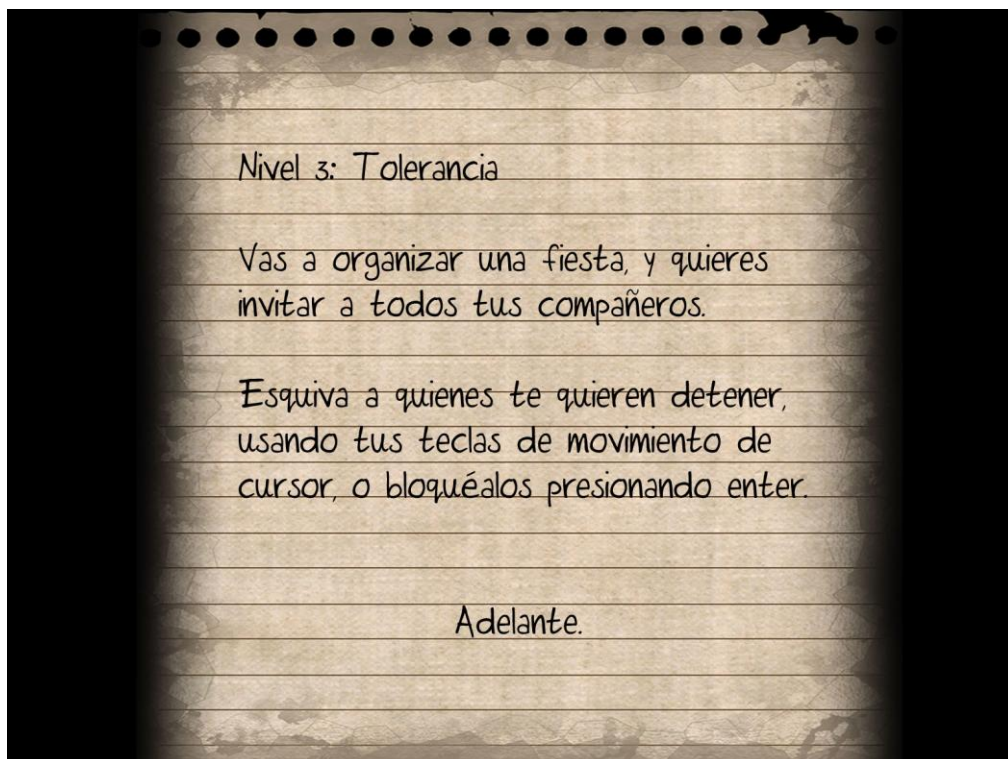


Imagen 13



Imagen 14

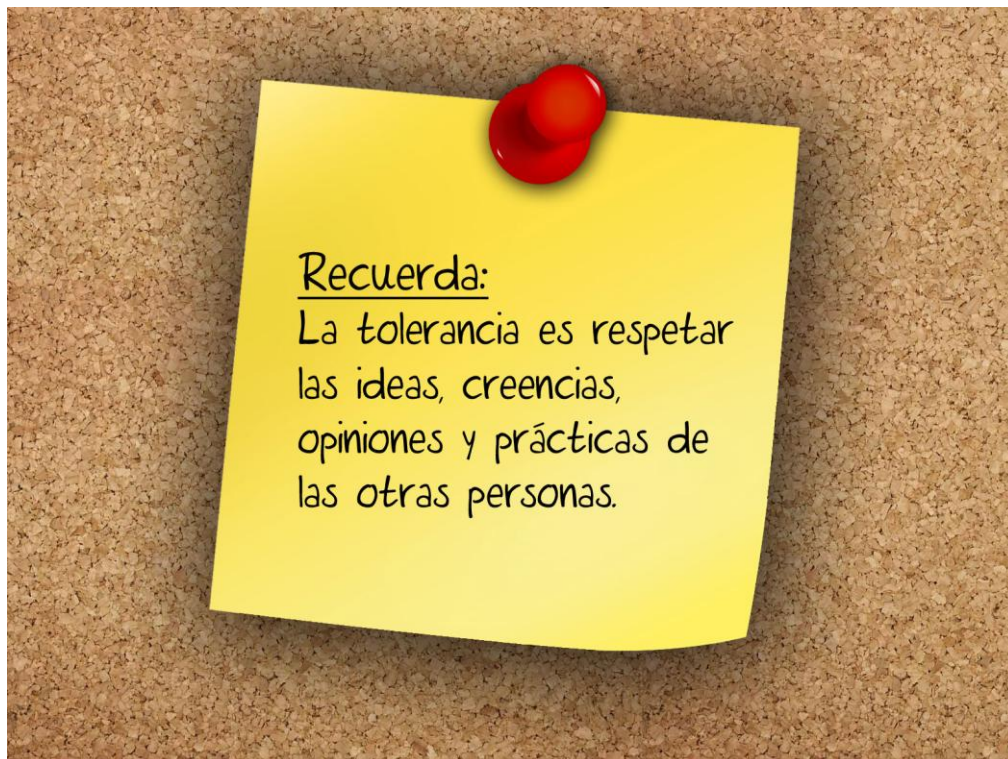


Imagen 15

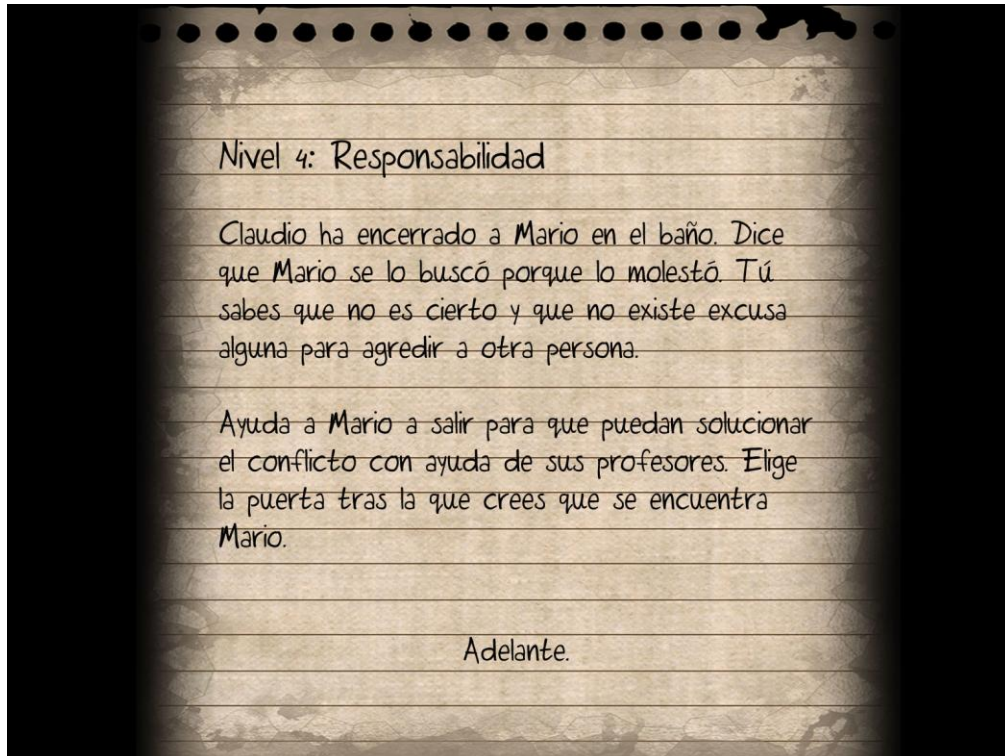


Imagen 16

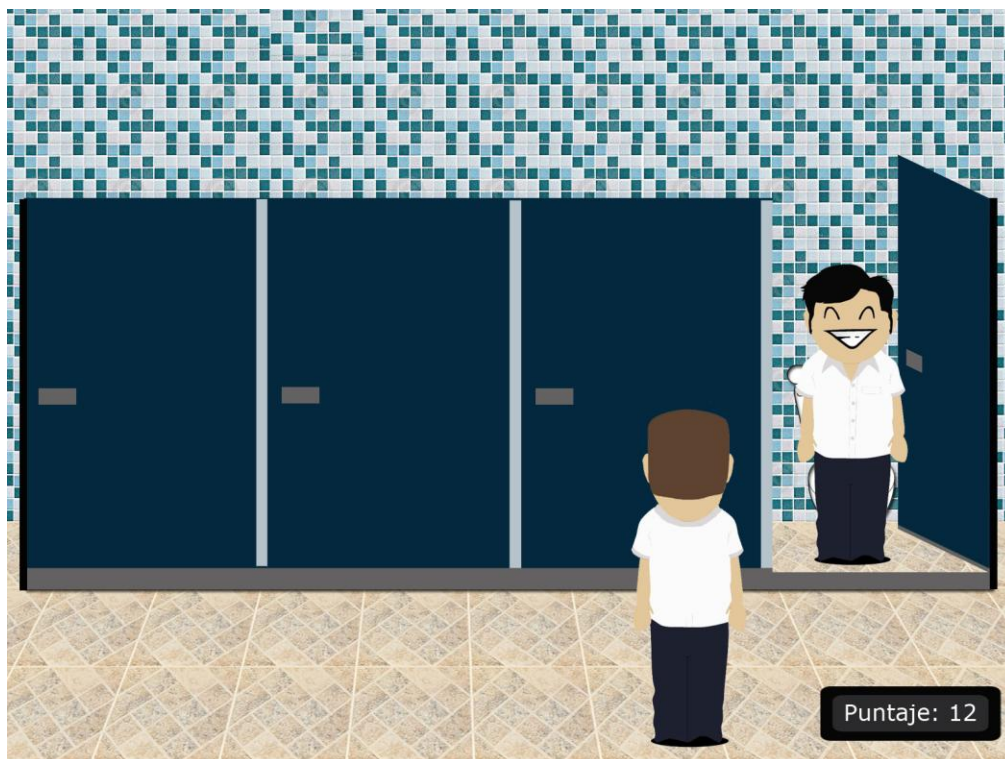


Imagen 17

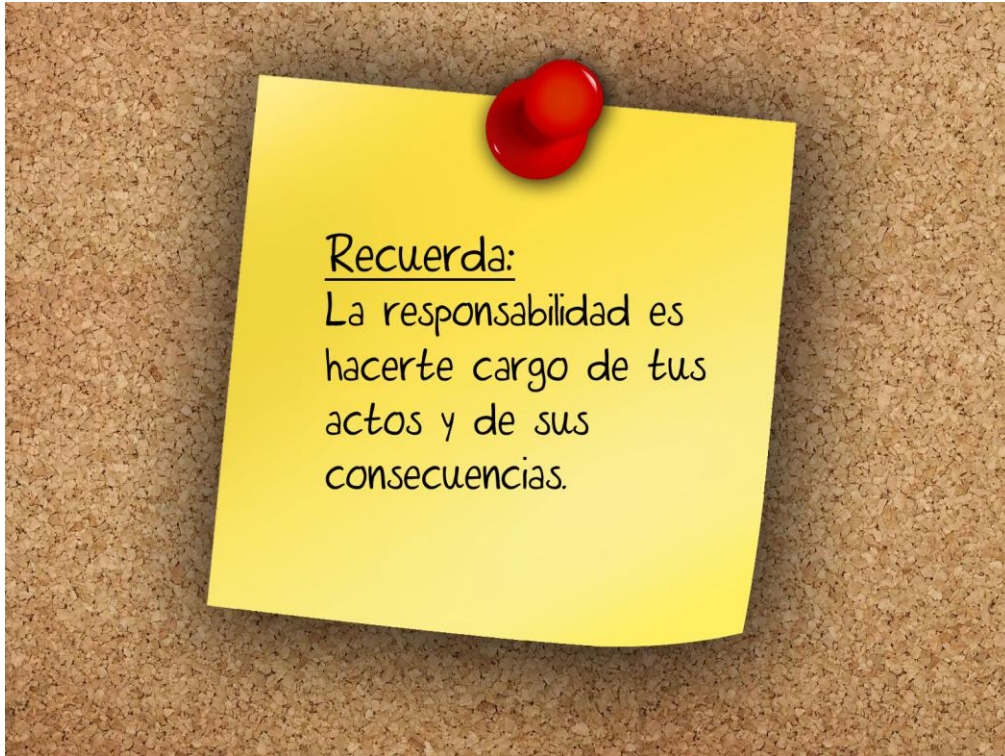


Imagen 18

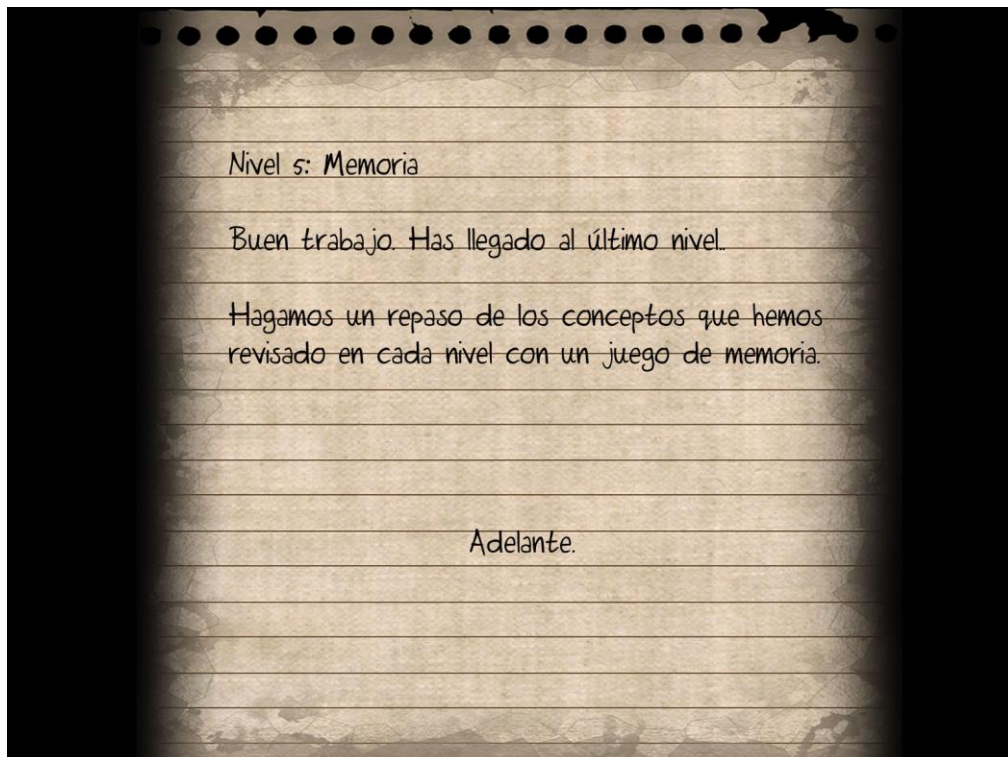


Imagen 19

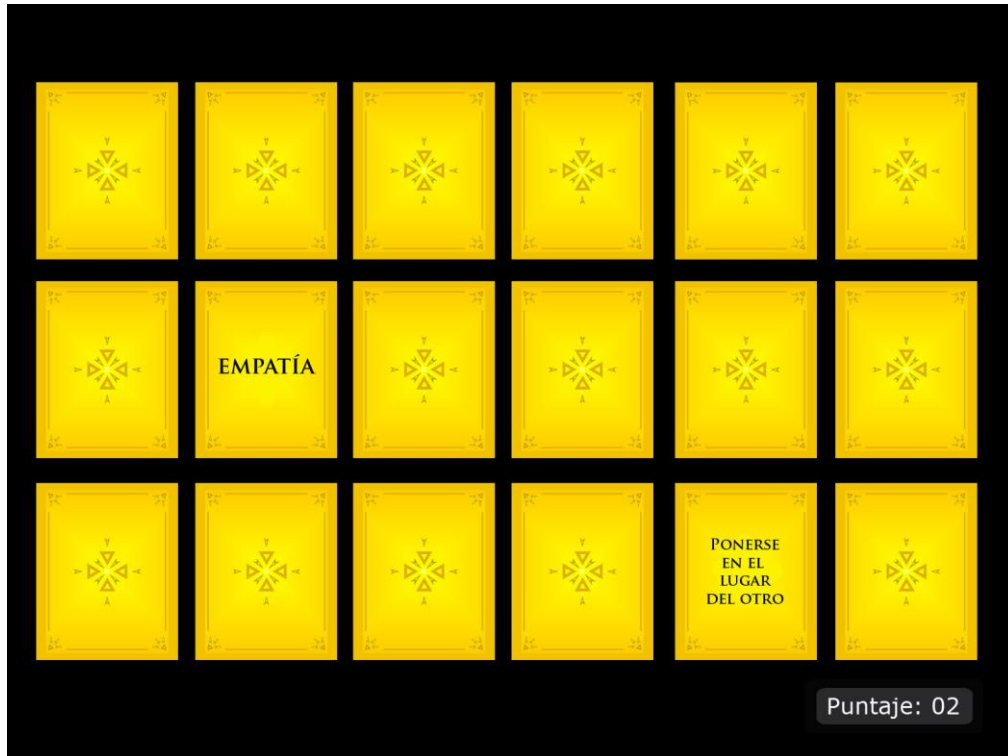


Imagen 20

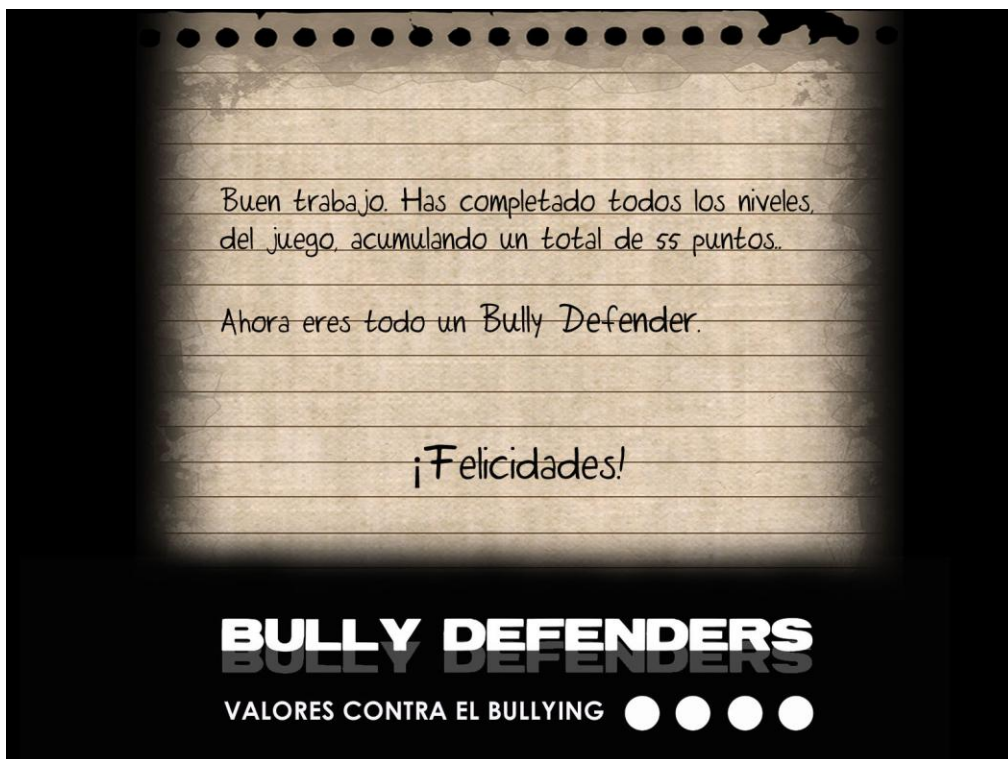
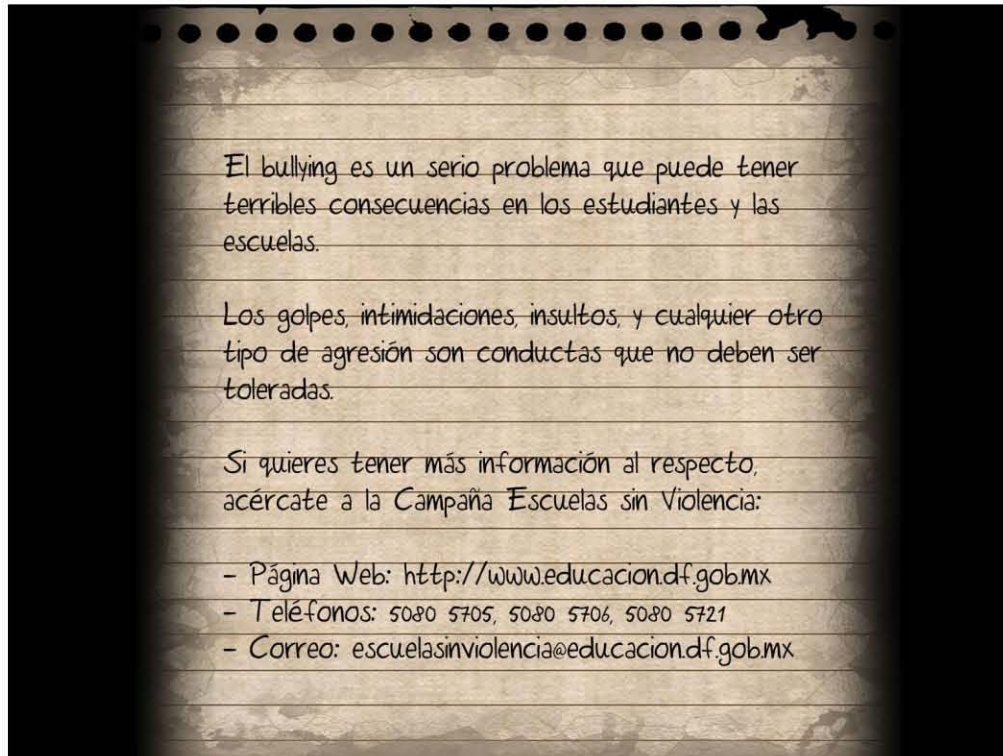


Imagen 21



El bullying es un serio problema que puede tener terribles consecuencias en los estudiantes y las escuelas.

Los golpes, intimidaciones, insultos, y cualquier otro tipo de agresión son conductas que no deben ser toleradas.

Si quieres tener más información al respecto, acércate a la Campaña Escuelas sin Violencia:

- Página Web: <http://www.educacion.df.gob.mx>
- Teléfonos: 5080 5705, 5080 5706, 5080 5721
- Correo: escuelasinviolencia@educacion.df.gob.mx

FUENTES

BIBLIOGRAFÍA:

ARMAS Castro, Manuel; Laura Armas Barbazán. *Qué me dices de... violencia escolar*. Nova Galicia Edicións, España, 2006. 53 pp.

BLOOM, Paul N.; Gregory T. Gundlach (eds.). *Handbook of Marketing and Society*. Sage Publications, California, 2001. 543 pp.

CASTRO Santander, Alejandro. *Desaprender la violencia: un nuevo desafío educativo*. Bonum, Argentina 2005. 140 pp.

CEREZO Ramírez, Fuensanta. *Conductas agresivas en la edad escolar*. Pirámide, Madrid, 2002. 208 pp.

DARINO, Marta Susana; Mirta Gómez Olivera. *Resolución de conflictos en las escuelas: proyectos y ejercitación*. Espacio, Buenos Aires, 2005. 88 pp.

DIETERICH, Heinz. *Nueva guía para la investigación científica*. Ariel, México, 2004. 229 pp.

ESPINOSA de los Monteros González, Adriana. *Asociación de violencia entre pares y presencia de depresión en estudiantes de educación media, quinto y sexto de primaria*. Tesis de especialista en psiquiatría, México, UNAM, Hospital Español, 2010. 43 pp.

GRUPO SALINAS. *Respeto y tolerancia*. Fomento Cultural Grupo Salinas, México, 2005. 88 pp.

HARRIS, Sandra; Garth F. Petrie. *El acoso en la escuela: Los agresores, las víctimas y los espectadores*. Paidós, España, 2006. 163 pp.

JOHNSON, David W.; Roger T. Johnson. *Cómo reducir la violencia en las escuelas*. Paidós, Argentina, 2002. 161 pp.

LEVA, Ana María (comp.); et al. *Violencia en la escuela: prevención para crecer en valores*. Euro México, Colombia, 2005. 348 pp.

LÓPEZ de Llergo, Ana Teresa. *Educación en valores, educación en virtudes*. CECSA, México, 2005. 180 pp.

LÓPEZ Ruiz, Miguel. *Normas técnicas y de estilo para el trabajo académico*. UNAM, México, 2009. 165 pp.

MEZA Velasco, Víctor Manuel. *Violencia entre pares: prevalencia en la Escuela Preparatoria del estado "Mazatán" y su correlación con disfunción familiar*. Trabajo que para obtener diploma de Especialista en Medicina Familiar, México, UNAM, Facultad de Medicina, Tapachula, Chiapas, 2009. 69 pp.

ORTEGA Ruiz, Rosario (coord.). *Educación la convivencia para prevenir la violencia*. A Machado Libros, Madrid, 2000. 306 pp.

PEARCE, John. *Pelear y provocaciones: cómo ayudar a tu hijo a controlar su agresividad*. Paidós, España, 1996. 96 pp.

PÉREZ Romero, Luis Alfonso. *Marketing social: teoría y práctica*. Pearson Educación, México, 2004. 543 pp.

PINTADO Blanco, Teresa. *Marketing para adolescentes*. Pirámide, Madrid, 2004. 223 pp.

REPETTO Talavera, Elvira. *Fundamentos de orientación: La empatía en el proceso orientador*. Morata, Madrid, 1992. 252 pp.

ROJAS Soriano, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. Plaza y Valdés, México, 1989. 286 pp.

ROMERO, Eduard (coord.). *Valores para vivir*. Editorial CCS, Madrid, 2001. 303 pp.

SÁNCHEZ Guzmán, José Ramón. *El Marketing*. Acento Editorial, Madrid, 1997. 95 pp.

TRIANES Torres, María Victoria. *La Violencia en contextos escolares*. Ediciones Aljibes, Málaga, 2000. 171 pp.

VÁZQUEZ Freire, Miguel. *Qué me dices de... Valores Sociales*. Nova Galicia Edicións, España, 2006. 53 pp.

HEMEROGRAFÍA

ALFAGEME González, Ma. Begoña; Pedro A. Sánchez Rodríguez. "Aprendiendo habilidades con videojuegos" en *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*. España, año 2002, número 19. 114-119 pp.

GÁZQUEZ-Abad, Juan Carlos; Marie Hélène de Cannière. "Marketing directo: delimitación conceptual e influencia en el comportamiento de compra del consumidor" en *Universia Business Review*. Madrid, España, cuarto trimestre 2008, número 20. 100-121 pp.

MARÍN Díaz, Verónica; Ma. Dolores García Fernández. “Los videojuegos y su capacidad didáctico-formativa” en *Pixel-Bit. Revista de Medios y de Educación*. Universidad de Sevilla, España, julio 2005, número 026. 113-119 pp.

PINDADO, Julián. “Las posibilidades educativas de los videojuegos. Una revisión de los estudios más significativos” en *Pixel-Bit. Revista de Medios y de Educación*. Universidad de Sevilla, España, julio 2005, número 026. pp. 55-67.

CIBERGRAFÍA

Agencia EFE. “En América Latina la mitad de los estudiantes de sexto grado sufre acoso escolar” en *El Nacional*. Mundo, publicado el 03 Ago 2011. http://el-nacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/226356/Mundo/En-America-Latina-la-mitad-de-los-estudiantes-de-sexto-grado-sufre-acoso-escolar (15 de agosto de 2011).

Agencias. “Destaca México en uso de Facebook” en *Expreso.com.mx*. Sábado 9 de abril de 2011. http://www.expreso.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=14014:destaca-mexico-en-uso-de-facebook&catid=52:redes-sociales&Itemid=53 (13 de agosto de 2011).

ARCHUNDIA, Mónica. “Niñas, reinas del ‘bullying’ en escuelas privadas” en *El Universal*. Metrópoli, publicado el lunes 15 de agosto de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/107525.html> (15 de agosto de 2011).

ARVIZU, Juan. “‘Bullying’, causa de suicidio”, en *El Universal*. Ciudad de México, sábado 28 de mayo de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/185763.html>

DOUGLAS, Harper. “Bully” en *Online Etymology Dictionary*, Dictionary.com. <http://dictionary.reference.com/browse/bully> (julio 14, 2011).

LÓPEZ Romo, Heriberto. “Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto” en *AMAI: Niveles Socioeconómicos*. México, AMAI, Instituto de Investigaciones Sociales S.C. 2009, p.4. <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf> (15 de agosto de 2011).

OTERO, Silvia. “Tres de cada 10, víctimas de *bullying*: CNDH”, en *El Universal*. Ciudad de México, sábado 16 de abril de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/759705.html>

MACO (El Universal). “México, líder en AL en uso de internet” en *El Informador*. Ciudad de México, 31 de enero de 2011.

<http://www.informador.com.mx/economia/2011/267697/6/mexico-lider-en-al-en-uso-de-internet.htm> (16 de agosto de 2011).

MARTÍNEZ, Fernando. "Reportan 381 casos de 'bullying' en El Universal. Ciudad de México, jueves 14 de julio de 2011. <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/107092.html>.

Merca 2.0. "Facebook la red social en América." 24 de enero de 2011. <http://www.merca20.com/facebook-en-el-continente-americano-infografia/> (15 de agosto de 2011).

VARGAS Hernández, Ivonne. "México, con más 'bullies' en secundaria" en *CNNExpansión.com*. Ciudad de México, publicado el Sábado, 06 de agosto de 2011 a las 06:00. <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2011/08/04/mexico-con-mayor-bullying-en-secundaria> (15 de agosto de 2011).

"Estadísticas sobre *Bullying*." Fundación en Movimiento. <http://fundacionenmovimiento.org.mx/bullying/estadisticas> (julio 10, 2011).

Secretaría de Educación de Distrito Federal. <http://www.educacion.df.gob.mx/> (15 de agosto de 2011).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (ed.): "Principales resultados por localidad 2010 (ITER) - Distrito Federal" (XLS) (2010). Consultado el 5 de marzo de 2011.

Delegación Cuauhtémoc. "Población." <http://www.cuauhtemoc.df.gob.mx/delegacion/cifras/poblacion.html> (30 de julio de 2011).

Sistema de Consulta; Interactivo de Estadísticas Educativas de la Secretaría de Educación Pública. <http://www.dgpp.sep.gob.mx/principalescifras/> (15 de agosto de 2011).

FUENTES ADICIONALES:

- Secretaría de Educación del Distrito Federal; Universidad Intercontinental. *Estudio exploratorio sobre maltrato e intimidación entre compañeros y compañeras*. Ciudad de México, 2008.