



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL PARA GENERAR  
CONCIENCIA EN TORNO AL PROCESO DE ADOPCIÓN Y COLOCACIÓN  
FAMILIAR EN VENEZUELA

Integrantes:  
Amengual Villegas, Isabella. Sección "C"  
Lezama García, Silvana. Sección "C"

Tutor académico:  
Gómez-Ávila, Manuel

Caracas, 13 de marzo de 2017

## **DEDICATORIA**

A todos los niños, niñas y adolescentes que se encuentran dentro de las instituciones de abrigo. Para que sepan que hay más personas que las que ellos creen velando por sus derechos y su felicidad.

A todas las personas que trabajan día a día por el bienestar de estos niños, que, aunque las cosas no son nada fáciles buscan la manera de sacarles una sonrisa y mostrarles que el mundo no es tan malo como parece.

A todas y cada una de las familias que adoptaron, que fungen como familias sustitutas o que quieren hacerlo, por ser esa luz al final del túnel para estos niños. Gracias por ser la segunda oportunidad que tanto merecen.

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestros padres, por darnos el apoyo durante este año de aprendizaje. Al profesor Manuel Gómez-Ávila, por ayudarnos en nuestros momentos de crisis, por darnos una manera metodológica para resolver todas las dudas que se nos presentaron en el camino.

A Hogar Bambi, Fundana, PROADOPCIÓN, Mi Familia por abrirnos las puertas y darnos una visión más profunda sobre la situación que estos niños viven.

A CECODAP y a Oscar Misle, por creer tanto como nosotras en la importancia de esta campaña y brindarnos todos los canales para divulgarla. A todas las personas que nos dieron sus testimonios, sus historias, que son un punto crucial en la campaña.

A Francy por soportarnos cada vez que nos daba un ataque de pánico y decirnos que todo iba a estar bien.

## RESUMEN

Las leyes de adopción establecidas en la LOPNA, la negligencia del gobierno y de las instituciones hace que los derechos de los niños, niñas y adolescentes sean violados. La falta de información hace que muchos niños, niñas y adolescentes pierdan la oportunidad y el derecho de vivir en familia, la mayoría de las personas piensan y creen que lo único que existe en Venezuela es la adopción, pero son muy pocos los que saben que la colocación familiar es un proceso que también existe, y que además existen más niños para ese programa que para el de adopción. Por ejemplo, para enero de 2017 el 70% de la población de Hogar Bambi estaban aptos para entrar en el programa de colocación familiar y que tan solo el 30% cumple con el carácter de adoptabilidad. Y sin ir tan lejos la gran mayoría de las personas que quieren adoptar cumplen con los parámetros para tener todas las características de idoneidad, pero los procesos no se realizan por “la falta de personal” del IDENNA.

La presente campaña se realiza para dar a conocer de qué manera afecta el proceso de adopción a los niños, niñas y adolescentes que hacen vida en las instituciones de abrigo. Se busca humanizar el proceso de adopción, dando a conocer cómo la vida de los niños se ve afectada mientras más tiempo pasan en las instituciones de abrigo y cómo las familias que están en pleno proceso sufren por la espera. Mostrar cómo el proceso se ve truncado por las políticas públicas y el gobierno y de qué manera la colocación familiar se convierte en un tema sensible para los niños por sus familias de origen y lo que establece la ley.

Para mostrar estas realidades se harán entrevistas al IDENNA y a las fundaciones de casas hogares junto a los profesionales que día a día trabajan con los niños institucionalizados. Se buscarán testimonios de personas adoptadas antes de LOPNA y después de ella, familias o personas que adoptaron, familias o personas que estén empezando el proceso y personas que vivieron toda su vida en instituciones.

Palabras claves: Adopción, colocación familiar, idoneidad, adoptabilidad, LOPNA, IDENNA, INAM.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTOS .....	ii
RESUMEN .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	iv
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO .....	6
1.1 INTRODUCCIÓN.....	6
1.2 MARCO CONTEXTUAL.....	7
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	12
1.4 MOTIVACIÓN .....	13
ESTRATEGIA .....	15
2.1 Objetivos específicos / Mensajes clave a informar en la campaña.....	15
2.2 Tácticas.....	16
2.2.1 Preproducción.....	16
2.2.2 Producción .....	16
2.2.3 Postproducción .....	17
2.2.4 Posterior publicación y análisis de métricas.....	17
2.3 Autorización.....	17
2.3.1 Autorización para menores de edad .....	18
2.4 Guiones de entrevistas.....	18
2.5 Estructura del plan de acción .....	21
PROPUESTA.....	23
3.1 Público objetivo.....	23
3.2 Producto o servicio.....	23
3.3 Análisis DOFA.....	24
3.4 Emisor, mensaje, medio, receptor.....	25
3.5 Experiencia en el consumidor .....	26
3.6 Elementos Innovadores.....	26
3.7 Presupuesto .....	26
IMAGEN DE LA MARCA .....	27
4.1 Nombre de la marca.....	27
4.2 Redes .....	27
CONCLUSIONES .....	30
RECOMENDACIONES .....	31



## **PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

### **1.1 INTRODUCCIÓN**

El 02 de octubre de 1998 entra en vigencia la nueva Ley de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes (LOPNA) el artículo 26 establece que “Todos los niños y adolescentes tienen derecho a vivir, ser criados y desarrollarse en el seno de su familia de origen. Excepcionalmente, en los casos en que ello sea imposible o contrario a su interés superior, tendrán derecho a vivir, ser criados y desarrollarse en una familia sustituta, de conformidad con la ley.”

Durante los últimos dieciocho años hemos visto como el país se ha deteriorado en miles de aspectos, nombrarlos todos sería eterno y quizás raye hasta en la redundancia. Existen infinidad de investigaciones y reportajes acerca de los problemas que tiene la sociedad venezolana, pero no hay suficientes que toquen el tema del problema que existe en Venezuela en torno a la adopción y colocación familiar.

Debemos entender que desde 1998, comenzaron todos los cambios de la constitución que paulatinamente hicieron que la situación país comenzara a agravarse, son muy pocas las cosas que podemos decir que mejoraron. Entre las cosas que pasaron de bien a mal fue el proceso de adopción en Venezuela. Hasta 1998 la entidad que se encargaba de los casos de adopción y colocación familiar era el INAM (Instituto Nacional del Menor) y luego pasaba directo a tribunales. Hoy en día el que se encarga de todos los procesos de adopción y colocación familiar es el IDENNA (Instituto Autónomo Consejo Nacional de Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes) que está acogido por el Viceministerio para la Suprema Felicidad Social del Pueblo, que a su vez depende de la Secretaría de la Presidencia.

Más allá de decir que el problema nace de la falta de insumos y personal del IDENNA se debe dar a conocer que el Gobierno Nacional no tiene algún tipo de estadísticas desde el 2008. En una entrevista con Dayany Sánchez,

trabajadora social de Hogar Bambi, reveló que las declaraciones del Gobierno son que en Venezuela no existen niños en situación de riesgo y abandono, sino que más bien todos los niños son felices.

Antes de hablar del antes y el después del proceso de adopción en Venezuela, es imperativo nombrar cuáles son los factores para que un niño sea considerado candidato para adopción. Tanto antes como ahora, para que un niño fuera adoptable tiene que haber sido abandonado por su familia o sus padres tienen que haber mentido en los documentos de registro del menor.

El presente trabajo busca demostrar cómo el Gobierno a través de un proceso de adopción y/o colocación familiar se convierte en el primer violador de derechos humanos de los niños, niñas y adolescentes del país en situación de abandono o situación de riesgo. Demostrando de la mano de expertos cómo el tiempo que pasan en las instituciones hace que tengan trastornos de conducta, de apego y de aprendizaje. Personas que vivieron el proceso de adopción darán a conocer cómo fue el antes y después de sus vidas y por último, pero no menos importante, personas que pasaron su vida en las casas hogares nos dirán de qué manera eso afectó su vida, o cómo fue su vida en la institución.

## **1.2 MARCO CONTEXTUAL**

Los niños, niñas y adolescentes en situación de abandono y riesgo han sido una realidad a lo largo de la historia de Venezuela. Desde hace décadas encontramos en los periódicos noticias de niños encontrados en basuras, encontrados en puertas de hospitales o instituciones de abrigo. También son bastante comunes las familias que no pueden mantener a sus hijos o que sencillamente no tienen la madurez ni el poder adquisitivo para tener la cantidad de hijos que tienen, por ende, comienzan a descuidarlos hasta que se encuentran en situación de riesgo. Situación de riesgo pueden ser problemas de sanidad (sarna), de salud (desnutrición), negligencia por parte de los padres, abuso de sustancias, abuso físico y psicológico, etc. Esto hace que el Consejo de Protección del Niño intervenga, los separe de su núcleo familiar y los coloque

dentro de instituciones de abrigo mientras se espera que la situación de la familia mejore.

A nivel mundial existen en dos tipos de adopción, adopción simple y plena. La adopción simple que es aquella en la que se generan derechos y deberes entre el adoptado y el adoptante, pero no crea ningún tipo de relación jurídica entre el adoptado y los parientes del adoptante, es decir el único nexo o lazo que existe es entre padres e hijos. En tal caso que alguno de los padres adoptivos o ambos mueran, ninguno de los miembros de la familia tiene el deber de hacerse cargo del niño adoptado, el IDENNA es el que decide cuándo un niño puede o no ser adoptado.

En el caso de la adopción plena el adoptado si crea relación jurídica con los parientes del adoptante, es decir como si fueran parientes consanguíneos del niño. En tal caso que los padres adoptivos mueran la familia está en la obligación de hacerse cargo del niño, al igual que en el momento que algún familiar muera deberán ser considerados a la hora de repartir alguna herencia.

En Venezuela la única opción que existe es la adopción plena. La Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente (LOPNA) entra en vigencia el 01 de abril del 2000, derogando así la ley de adopción de 1983. En ella se establece que la adopción es una institución de protección que tiene por objeto proveer al niño o al adolescente, apto para ser adoptado, de una familia sustituta, permanente y adecuada (Art. 406 LOPNA). Para que un niño sea considerado para adopción tiene que haber sido abandonado por su familia de origen o la misma tuvo que haber mentido a la hora de realizar el registro del mismo, esto con la finalidad que no puedan ser encontrados cuando se hagan las investigaciones pertinentes para que el caso del niño proceda. Antes de que el CPNNA (Consejo de Protección del Niño, Niña y Adolescente) pase el caso a tribunales para decidir a qué entidad de abrigo pasará el niño, deben investigar el paradero de los padres, de no aparecer, el tribunal decide a qué entidad pasará. Una vez que el niño esté en la casa hogar comienza el proceso de investigación y búsqueda de algún pariente del niño, dependiendo del resultado de esta investigación se decide en qué estado entra el niño. Si aparece algún

familiar se hacen todos los trámites y esfuerzos posibles para que el niño se reencuentre con su familia de origen, ya que según lo establecido en la LOPNA el niño tiene derecho a vivir, ser criado y desarrollarse en el seno de su familia de origen. En tal caso en que no sea posible localizar algún miembro de la familia, se le comunica al IDENNA y ellos lo colocan dentro del sistema como adoptable, en ese momento se comienza a realizar el Informe de Adoptabilidad.

Realizar el Informe de Adoptabilidad es obligación de la Oficina Estatal de Adopciones adscrita al IDENNA. Es un informe que se debe hacer sobre todo niño, niña o adolescente que llene las condiciones legales para la adopción, y de su familia de origen, debe contener su identidad, medio social, evaluación personal y familiar, historia médica propia y de su familiar, las necesidades particulares del niño o adolescente. De faltar alguno de estos requisitos se debe hacer constar el motivo por el cual no están. Una vez que este informe se realice el niño o adolescente es apto para adopción.

Cualquier niño, niña o adolescente menor de dieciocho años que cumpla con el perfil de adoptabilidad puede ser adoptable, en solo tres casos excepcionales se pueden adoptar mayores de edad: cuando existen relaciones de parentesco (en la LOPNA no se permite la separación de hermanos), cuando el candidato a ser adoptado ya se encontraba integrado al hogar del adoptante antes de cumplir la mayoría de edad y cuando se trata de la adopción del hijo del cónyuge. Cada niño o adolescente mayor de 12 años tiene el derecho y el deber de dar su consentimiento o no a la hora de abrirse su proceso de adopción, sin ese consentimiento el caso no procederá. (Art. 416 LOPNA) En el caso de niños menores de 12 años, la LOPNA establece que él o ella pueden dar su opinión favorable o desfavorable, igualmente se requiere la opinión del Fiscal del Ministerio Público y de los hijos del solicitante de la adopción (de ser el caso). Hay que tomar en cuenta que el juez puede pedir también la opinión de otros miembros de la familia, para conocer si están de acuerdo o no con el proceso de adopción. Si los hijos biológicos de la persona o la pareja que quiere adoptar dicen que no están de acuerdo con la adopción, el proceso se cancela.

En Venezuela pueden ser solicitantes de adopción las personas mayores de 25 años de edad, en forma individual o conjunta, independientemente del estado civil, sexo, o condición social. Las personas extranjeras con más de un año de residencia habitual en Venezuela pueden ser solicitantes de adopción.

Lo que deben hacer es dirigirse a la Oficina Estatal de Adopciones adscrita al IDENNA del estado donde el solicitante tenga su residencia fija. Luego deben llenar una planilla de postulación al programa, a su vez se debe redactar una carta de exposición de motivos dirigida a la Oficina de Adopciones, explicando por qué desea adoptar, describiendo las características del niño, niña o adolescente incluyendo edad y sexo del mismo, esta carta es una especie de proyecto de adopción. Luego se deberán llevar los recaudos para abrir el expediente.

Los recaudos son:

1. Dos fotografías de frente
2. Copia de la Cédula de identidad
3. Acta de Nacimiento original o copia certificada
4. Acta de Matrimonio o prueba auténtica del estado civil (carta de soltería, sentencia de divorcio)
5. Constancia de Residencia original
6. Constancia de Buena Conducta original
7. Constancia de Trabajo donde indique empresa y organismo, el cargo que desempeña, antigüedad y el salario devengado (original)
8. Dos Referencias Personales, con identificación plena de sus otorgantes (no familiares)

Luego de haber consignado los recaudos y tener el expediente abierto deberán asistir al curso de formación y orientación de familia sustituta, en la modalidad de adopción. Una vez que hayan terminado de hacer el curso de formación, serán evaluados bio-psico-social y legalmente por un equipo de especialistas de la Oficina de Adopción, con la finalidad de determinar su idoneidad. Si la idoneidad da positivo entran en el registro de solicitantes de adopción elegibles.

Una vez que esto sucede comienza el período de prueba, este periodo dura mínimo 6 meses. Durante este período el niño o adolescente debe permanecer en el hogar de los solicitantes bajo la figura jurídica de colocación familiar (Art. 396 LOPNA) durante este período la familia tendrá visitas por el equipo de especialistas del IDENNA, el fin de estas visitas es conocer cómo se van desarrollando el niño en la familia y de cuál es el trato de la familia hacia el niño, verificar cómo va el ambiente en el que se desenvuelve.

Cuando un niño, niña o adolescente se encuentra en situación de riesgo dentro de su seno familiar, se llama al Consejo de Protección del Niño, Niña y Adolescente (CPNNA) para que haga las investigaciones pertinentes y defina si es necesario retirar al niño de su entorno familiar. Dentro de las leyes venezolanas el estado de pobreza extrema no es considerado un factor para retirarlo de su seno familiar. En tal caso que el CPNNA dicte que el niño sí se encuentra en situación de riesgo se procede a retirarlo de su seno familiar, una vez que esto sucede se comienzan a hacer las investigaciones pertinentes, se contacta a la familia y se dicta la medida de abrigo para el menor.

*“El abrigo es una medida provisional y excepcional, dictada en sede administrativa por el Consejo de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes, que se ejecuta en familia sustituta o en entidad de atención, como forma de transición a otra medida administrativa de protección o a una decisión judicial de colocación familiar o en entidad de atención o de adopción, siempre que no sea posible el reintegro del niño, niña o adolescente a la familia de origen.”* Art. 127 LOPNA. Dentro de este mismo artículo se establece que en un plazo máximo de 30 días el CPNNA no ha logrado por vías administrativas la medida de abrigo, se debe pasar el caso a un juez para que él sea quien lleve el caso.

La ley venezolana busca que a toda costa el niño esté con su familia de origen, es por ello que les dan un lapso de 2 años para mejorar su situación. Se busca asesorar a los padres y se les ayuda. Durante todo este proceso el niño está creciendo en una casa hogar y recibe visitas supervisadas de sus padres,

si en el lapso de 2 años la familia no logra recuperarse, el niño entra en el sistema del IDENNA como posible candidato para colocación familiar.

El artículo 396 de la LOPNA también establece que la colocación familiar o entidad de atención tiene por objeto otorgar la Responsabilidad de Crianza a un niño, niña o adolescente, de manera temporal y mientras se determina una modalidad de protección permanente para el mismo.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

En la realidad venezolana todos y cada uno de estos niños están siendo afectados por este proceso, bien sea un caso de abandono o situación de riesgo. Estamos hablando de cientos de niños que se están criando dentro instituciones, si bien es cierto que ellos hacen todo lo posible porque no les falta nada, son niños que crecen con problemas de apego por la carencia de amor y de una familia.

Cuando se vive en un país donde las estadísticas no existen o las que existen no son reales, nace la necesidad de sacar a la luz un problema que está afectando a la generación de relevo de Venezuela. Pasan los años y son más los niños que crecen fuera de un seno familiar que los que logran lo que la mayoría de ellos sueña, que es tener una familia que los ame y les de todo el cariño y la atención que se merecen.

El hecho que todos estos niños crezcan institucionalizados más allá de ser una injusticia es una violación de los derechos de los niños. Uno de los derechos principales es el derecho a una familia, si esto establecido en las leyes venezolanas ¿qué es lo que hace que no sea posible que sean adoptados o que entren en colocación familiar? Simple, el Gobierno y sus políticas públicas.

De acuerdo a una información suministrada por Francisco Segnini, director de Hogar Bambi, en el 2016 solo se concretó una adopción de un proceso que se abrió en 2015. El 70% de la población de Hogar Bambi está

apta para entrar en el programa de colocación familiar y no lo hacen por negligencia del IDENNA. Cuando se llama para preguntar cómo va el caso de sus niños la respuesta es que no tienen suficiente personal para la cantidad de casos que tienen. No tienen el suficiente personal porque al Gobierno no le conviene que se sepan las estadísticas de la cantidad de niños en estado de abandono, o la cantidad de familias que dejan a sus hijos en las casas hogares porque sencillamente no tienen cómo mantenerlos y darles la vida que se merecen.

Por esto y mucho más surge la necesidad de realizar esta campaña, para demostrar cómo un proceso que se supone es por el bien de los niños, más bien les genera consecuencias negativas. Se debe demostrar cómo el Gobierno que se jacta de lo mucho que ellos defienden los derechos humanos de los venezolanos, son los primeros violadores de los de estos niños.

A raíz de los eventos ocurridos en 2014, podemos afirmar que los ciudadanos son una fuente de información importante, sin importar el medio de comunicación, cada uno de ellos aporta su grano de arena para rellenar el vacío de información actual.

Se debe sacar a la luz este problema para que sean más los que lo conozcan y muchas personas se unan para lograr algún cambio en las políticas públicas, por el bien de todos estos niños, niñas y adolescentes.

#### **1.4 MOTIVACIÓN**

Más allá de existir una necesidad por demostrar el daño que se les está haciendo a estos niños, niñas y adolescentes y la violación de sus derechos humanos, existen razones mucho más profundas para la realización de la presente campaña.

Silvana Lezama García, una de las integrantes del grupo es adoptada. Lo que hace que tenga una sensibilidad y una afinidad muy grande con el tema, quizás no vivió las mismas experiencias que viven estos niños hoy en día, pero sí entiende lo que es el abandono y sabe que, sí existe una vida mucho mejor después de eso, que siempre hay una familia con los brazos abiertos esperando darle todo el amor del mundo a un niño que en algún punto de su vida sus padres biológicos decidieron no darle o que sencillamente no tenían cómo hacerlo. Y quiere hacer todo lo posible para que estos niños tengan la misma oportunidad que ella tuvo, aportando su granito de arena con esta campaña.

En el caso de Isabella Amengual la vida le ha puesto en su camino a muchas personas, que como Silvana son adoptadas. El hecho de conocer la realidad de éstas personas ha hecho que su perspectiva sobre la adopción cambie.

Ambas crecieron y cambiaron mucho a lo largo de la realización de esta campaña.

Más allá de esto un comunicador social debe hablar sobre los temas que nadie habla, sacar a la luz lo que está escondido y dar una información veraz y completa sobre un tema que puede no agradarle a las autoridades, pero es su deber mantener a los ciudadanos informados.

Por último, pero no menos importante para cumplir con los requisitos de la escuela para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social.

## **ESTRATEGIA**

El objetivo de esta estrategia es la creación de una campaña comunicacional de contenido informativo audiovisual acerca de la manera en que afecta el proceso de adopción/colocación familiar a los niños en las instituciones de abrigo mayormente direccionado al público objetivo que son personas o padres con disposición a participar de los procesos.

Se elaborarán en principio seis (6) audiovisuales comunicacionales en un plazo de once (11) semanas a partir de la grabación de entrevistas a los distintos actores que participan e intervienen en el proceso, como lo son: miembros de Institución (psicólogos/ abogados/ directivos), adoptados (mayores de edad/ menores de edad con consentimiento), familias adoptivas, familias en proceso de adopción o colocación familiar y finalmente a niños institucionalizados (mayores de edad/ menores de edad).

Se realizará un plan comunicacional externo a partir de la creación de las redes sociales de la marca para la futura difusión de los videos en estos medios digitales que informarán de un tema del cual difícilmente se encuentra información.

### **2.1 Objetivos específicos / Mensajes clave a informar en la campaña**

- Se deben honrar los derechos de los niños institucionalizados.
- La situación de los niños institucionalizados trae consecuencias psicológicas y sociales que afectan su integración en la sociedad.
- Clarificar y buscar soluciones a los miedos de los posibles adoptantes o personas que quieran participar de la colocación familiar.
- Se deben buscar soluciones a los procesos institucionales de la adopción porque tardan mucho más tiempo del que deberían.
- Por la desinformación acerca del tema por parte del gobierno disminuye la cantidad personas que pueden estar interesadas en adoptar.

## 2.2 Tácticas

### 2.2.1 Preproducción

- Establecer la información que va a ser difundida en la campaña.
- Buscar contactos que nos permitan abarcar todas las perspectivas de los entes que se especializan en la información que se difundirá.
- Reunirse con las Instituciones/ Casas Hogares/ Fundaciones (Hogar Bambi, Pro-adopción y Mi Familia) para conseguir apoyo informativo.
- Crear documento de consentimiento para ser firmado por los actores que participarán de la campaña audiovisual.
- Realizar guiones de las entrevistas para obtener los conceptos que son de interés para la campaña. Deberán ser enfocados dependiendo del actor/informante que se esté entrevistando ya que se abarcarán las perspectivas sociales, judiciales y psicológicas del caso.
- Cronograma y plan de acción para realizar la grabación de entrevistas.
- Tomar inspiración de la modalidad de los videos (human del director Yann Arthus-Bertrand y la campaña de Always: Play like a Girl).

### 2.2.2 Producción

- Grabación de las entrevistas a los siguientes actores:
  - Miembros de Institución/ Psicólogos / Abogados
  - Niños institucionalizados (mayores de edad)
  - Adoptados (mayores de edad)
  - Familias adoptivas
  - Familias en proceso de adopción / Colocación familiar
- Creación de las redes sociales en donde se publicarán los videos (Facebook<sup>®</sup>, Instagram<sup>®</sup>, Youtube<sup>®</sup>).
- Creación de la imagen de la marca (logo, logotipo y tipografía).

### 2.2.3 Postproducción

- Edición de las entrevistas para la realización de (2) videos al mes con la información que se quiere difundir.
- Creación de una marca corporativa y el contenido gráfico para las redes.

### 2.2.4 Posterior publicación y análisis de métricas

- Se evaluará la efectividad y el alcance de la campaña obteniendo los índices de la cantidad de interacciones de personas que quieran solicitar información acerca de cualquiera de los procesos y el porcentaje medido mediante las visualizaciones de los videos.

## 2.3 Autorización

Estimado,

\_\_\_\_\_.

Reciba un cordial saludo,

Por medio de la presente nos dirigimos a usted de la manera más respetuosa para solicitar su consentimiento para permitir la publicación de su imagen y voz en las redes sociales de Youtube<sup>®</sup>, Instagram<sup>®</sup>, Facebook<sup>®</sup> y en otras redes que podrían ser posteriormente utilizadas, de su acudido(a) \_\_\_\_\_, cédula de identidad \_\_\_\_\_, el cual se encuentra en su labor profesional de \_\_\_\_\_.

Este contenido audiovisual será de tipo informativo, psicológico y académico que permitirá dar a conocer la información acerca de la situación de los niños institucionalizados.

De ante mano agradecemos su atención.

Firma:

\_\_\_\_\_

### 2.3.1 Autorización para menores de edad

Estimado,

\_\_\_\_\_.

Reciba un cordial saludo,

Por medio de la presente nos dirigimos a usted de la manera más respetuosa para solicitar su consentimiento para permitir la publicación de la imagen y voz de su representado(a) \_\_\_\_\_, cédula de identidad \_\_\_\_\_ en las redes sociales de Youtube<sup>®</sup>, Instagram<sup>®</sup>, Facebook<sup>®</sup> y en otras redes que podrían ser posteriormente utilizadas, de su representante \_\_\_\_\_, cédula de identidad \_\_\_\_\_.

Este contenido audiovisual será de tipo informativo, psicológico y académico que permitirá dar a conocer la información acerca de la situación de los niños institucionalizados.

De ante mano agradecemos su atención.

Firma:

\_\_\_\_\_

### 2.4 Guiones de entrevistas

#### Entrevistados

- Miembros de Institución (psicólogos / abogados / junta directiva)
- Niños institucionalizados (mayores de edad / menores de edad)
- Adoptados (mayores de edad / menores de edad con consentimiento)
- Familias adoptivas
- Familias en proceso de adopción o colocación familiar

#### Guión de entrevista para miembros de las Instituciones

1. ¿Cuál es el promedio de adopciones/colocaciones familiares que se concretan al año?
2. ¿De qué manera ha ido variando la cantidad de adopciones/colocaciones familiares anuales a través de la última década?

3. ¿Cuáles cree que han sido las causas de estos cambios?
4. ¿Cree usted que el proceso administrativo y legal para tramitar la adopción/colocación familiar es muy tedioso? ¿Por qué?
5. ¿Cuál es la relación que existe entre la adopción de niños en edad infantil contra los niños en edad juvenil?
6. ¿A qué alternativa piensa usted que recurren los adoptantes que se cansan del proceso o que les impiden la adopción por diversos factores?
7. ¿Cuáles son las razones más recurrentes de retractarse de la adopción?
8. ¿Cuál es el porcentaje que empieza el proceso y no lo termina por problemas jurídicos o administrativos?
9. ¿Cuál es el porcentaje que empieza el proceso y no lo termina por miedos presentados hacia posibles problemas de conducta, enfermedades, etc. de los niños?
10. Comente cuáles cree usted que podrían ser algunas soluciones para estos problemas.
11. ¿Cómo han tenido que lidiar con la disminución de las adopciones anuales, qué consecuencias les ha traído como institución?

#### Guión de entrevista para adoptados

1. ¿Cómo fue su vida antes y después de ser adoptado?
2. ¿Alguna vez sufrió *bullying* en el colegio por ser adoptado?
3. ¿Qué le recomendarías a futuros niños que pueden sufrir de esto?
4. ¿Cómo funciona el proceso de adopción, qué evaluaciones o preguntas se hacen?
5. ¿Piensa que faltan canales de información para difundir estas historias y prevenir el *bullying*?
6. ¿Si pudieras decirle algo a tu familia biológica qué sería?

Si su adopción se procesó después de la LOPNA:

1. ¿De qué manera le afectó el tiempo que pasó dentro de la institución?
2. ¿Tienes algún tipo de contacto con tus compañeros de la institución?

### Guión de entrevista para familias adoptivas

1. ¿Tiene hijos biológicos?
2. ¿Cuánto tiempo tardó haciendo los trámites y evaluaciones del proceso de adopción de su(s) hijo(a)s?
3. ¿Qué tan frecuentes son las evaluaciones de idoneidad?
4. ¿Por qué decidió adoptar?
5. ¿Cuáles fueron los miedos que tuvieron al adoptar con respecto al niño?

### Guión de entrevista para familia en proceso de adopción

1. ¿Cuál es el interés que tienen para adoptar?
2. ¿Cuál han sido los requisitos para completar el proceso?
3. ¿Cuánto tiempo se han tardado en cumplir con los requisitos?
4. ¿De dónde sacaron la información para empezar la adopción?
5. ¿Cuáles son los miedos que puedan tener al adoptar a un niño(a)?
6. ¿Qué cambiarían del proceso?

### Guión de entrevista para niños institucionalizados

1. ¿Cómo ha sido vivir toda su infancia dentro de las instituciones o casas hogares?
2. ¿Cómo se siente estar criado en esas circunstancias?
3. ¿Cómo se organiza su vida, en qué trabajan, cómo subsisten?
4. ¿Piensa que existe información accesible acerca de los niños institucionalizados?
5. ¿Cuál pensaría que podría ser una solución a esa ignorancia?

### Guión de entrevista para el video promocional

1. ¿Conoce usted a alguien adoptado?
2. ¿Si fuera adoptado le dirías a alguien?
3. ¿Alguna vez ha visto o leído alguna información respecto al tema en algunas redes?

4. ¿Qué opina de que en Venezuela las únicas infografías que existen sobre adopción son de adopción de animales, adopción de la tv por cable, teléfono?

## 2.5 Estructura del plan de acción

Metodología	Actividades	Recursos	Cronograma	Responsables	Objetivos	Presupuesto
Realización de video promocional de la campaña	Entrevistas	1.Cámara 2.Computadora 3. Internet 4. Adobe Premier 5. Permiso de los actores	Semana 1	Ciudadanos de a pie	Producir video promocional para abrir la campaña.	El costo es de 60.000 BsF, pero en este caso está exento ya que hay disponibilidad de todos los recursos.
Realización de un guión, grabación de entrevistas y edición de micros para Youtube, Facebook e Instagram	Entrevistas	1.Cámara 2.Computadora 3. Internet 4. Adobe Premier 5. Permiso de los actores	Semanas 2 y 3	Miembros de Institución (Mayores de edad) (2)	Producir y editar dos micros audiovisuales mensuales y un video promocional con contenido original para subir a la plataforma de Youtube y publicarlo en las redes de Facebook e Instagram.	El costo es de 60.000 BsF, pero en este caso está exento ya que hay disponibilidad de todos los recursos.
Realización de un guión, grabación de entrevistas y edición de micros para Youtube, Facebook e Instagram	Entrevistas	1.Cámara 2.Computadora 3. Internet 4. Adobe Premier 5. Permiso de los actores	Semanas 4 y 5	Personas adoptadas (Mayores de edad) (2)	Producir y editar dos micros audiovisuales mensuales y un video promocional con contenido original para subir a la plataforma de Youtube y publicarlo en las redes de Facebook e Instagram.	El costo es de 60.000 BsF, pero en este caso está exento ya que hay disponibilidad de todos los recursos.
Realización de un guión, grabación de entrevistas y edición de micros para Youtube, Facebook e Instagram	Entrevistas	1.Cámara 2.Computadora 3. Internet 4. Adobe Premier 5. Permiso de los actores	Semanas 6 y 7	Familias adoptivas (2)	Producir y editar dos micros audiovisuales mensuales y un video promocional con contenido original para subir a la plataforma de Youtube y publicarlo en las redes de Facebook e Instagram.	El costo es de 60.000 BsF, pero en este caso está exento ya que hay disponibilidad de todos los recursos.
Realización de un guión, grabación de entrevistas y edición de micros para Youtube, Facebook e Instagram	Entrevistas	1.Cámara 2.Computadora 3. Internet 4. Adobe Premier 5. Permiso de los actores	Semanas 8 y 9	Familias en proceso de adopción/Colocación familiar (2)	Producir y editar cinco micros audiovisuales mensuales y un video promocional con contenido original para subir a la plataforma de Youtube y publicarlo en las redes de Facebook e Instagram.	El costo es de 60.000 BsF, pero en este caso está exento ya que hay disponibilidad de todos los recursos.

Realización de un guión, grabación de entrevistas y edición de micros para Youtube, Facebook e Instagram	Entrevistas	1.Cámara 2.Computadora 3. Internet 4. Adobe Premier 5. 5.Permiso de los actores	Semanas 10 y 11	Niños institucionalizados (Mayores de edad) (2)	Producir y editar cinco micros audiovisuales mensuales y un video promocional con contenido original para subir a la plataforma de Youtube y publicarlo en las redes de Facebook e Instagram.	El costo es de 60.000 BsF, pero en este caso está exento ya que hay disponibilidad de todos los recursos.
--	-------------	---	-----------------	---	---	---

Previo al comienzo de la campaña se realizará un video promocional en la semana 1 con grabaciones de ciudadanos de a pie preguntándoles acerca de la adopción y la colocación familiar para saber qué tan informados están, este será el que dará inicio a la campaña comunicacional en las redes sociales.

## **PROPUESTA**

### **3.1 Público objetivo**

- Público objetivo: personas mayores de 25 años, solos o en pareja, con disposición para adoptar o a participar del programa de colocación familiar.
- Público latente/potencial: cualquier venezolano que vea la campaña y puede conocer la información.
- Públicos informados: instituciones y familias que hayan pasado por el proceso de adopción post LOPNA.
- Públicos activos: adoptantes, personas en proceso de adopción o colocación familiar y las instituciones.
- Públicos pasivos: Gobierno.

### **3.2 Producto o servicio**

Campaña comunicacional que consta de la publicación de (2) videos mensuales en un promedio de tiempo de dos meses y medio, para un total de (5) videos informativos y/o testimoniales y un (1) video promocional en las redes sociales creadas que contendrán información acerca de la situación de los niños institucionalizados, los procesos de adopción, la actuación de las instituciones y los miedos de posibles padres adoptantes.

### 3.3 Análisis DOFA

En el siguiente cuadro se presentan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y sus respectivas combinaciones para lograr la estrategia deseada.

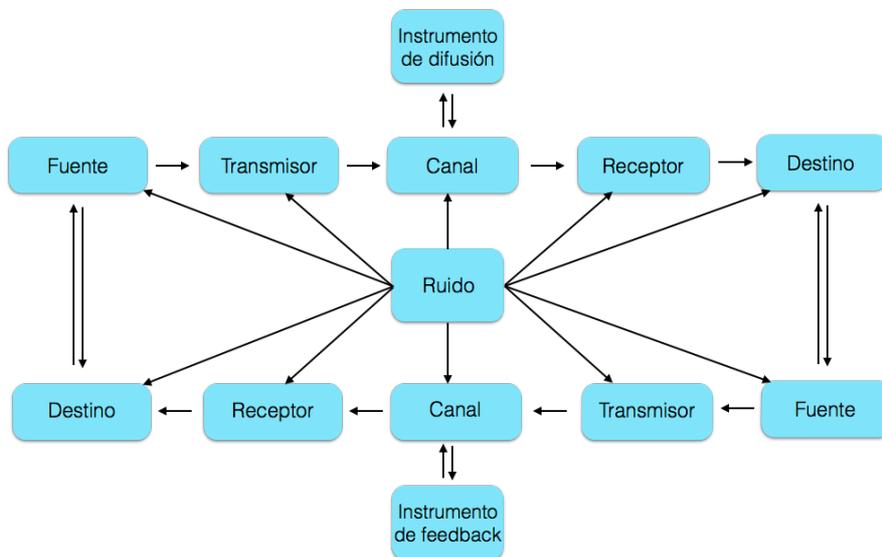
		<b>F</b>	<b>D</b>
		1. Fácil disposición de los recursos necesarios para el logro del objetivo.	1. Falta de autoridad para explicar el proceso, ya que no se puede influir en la decisión final.
<b>O</b>	<p>1. Gran cantidad de público que necesita y quiere saber de la información que se mostrará.</p> <p>2. Poder sacar a la luz un tema del que no se habla lo suficiente en Venezuela.</p> <p>3. Facilidad para obtener la información de los lugares que cumplen con los requisitos para concretar el proceso de adopción de niños y adolescentes en situación de abandono y posibles candidatos a colocación familiar.</p>	<p>F1.O1 Con la disposición de los recursos se podrá realizar un material tanto informativo como audiovisual que será de gran ayuda para el público interesado.</p> <p>F1.O2 Con la fácil creación del material, se podrá mostrar un tema que no es tocado con regularidad y que más bien intenta ser ocultado.</p> <p>F1.O3 Dentro de los recursos tenemos los contactos dentro de las instituciones o fundaciones necesarias.</p>	<p>D1.O1 Por la falta de autoridad al público objetivo se le dificulta obtener información determinante para su proceso.</p> <p>D1.O2 Por la misma falta de autoridad el tema puede seguir siendo parcialmente desconocido en el país.</p> <p>D1.O3 Aunque se tiene la información por parte de las fundaciones para conocer los requisitos del proceso, las instituciones del gobierno no proveen estadísticas o data alguna de estos y no se tiene la autoridad ni la capacidad de hacerlo.</p>
<b>A</b>	<p>1. Controles estatales para obtener la información para realizar la adopción.</p> <p>2. Miedo del gobierno a concretar procesos de adopción por la posible trata de niños.</p>	<p>F1.A1 Aunque se tengan los recursos necesarios no se puede controlar la información estatal más se puede crear la propia.</p> <p>F1.A2 La disposición de los recursos no puede cambiar el miedo del gobierno.</p>	<p>D1.A1 Es improbable conseguir información estatal y la falta de autoridad no permite cambiarlo con inmediatez.</p> <p>D1.A2 La actitud negativa y el miedo del gobierno ralentiza y limita los procesos y no se tiene la posibilidad inmediata de cambiarlos.</p>

**(F) = Fortalezas / (O) = Oportunidades / (D) = Debilidades / (A) = Amenaza**

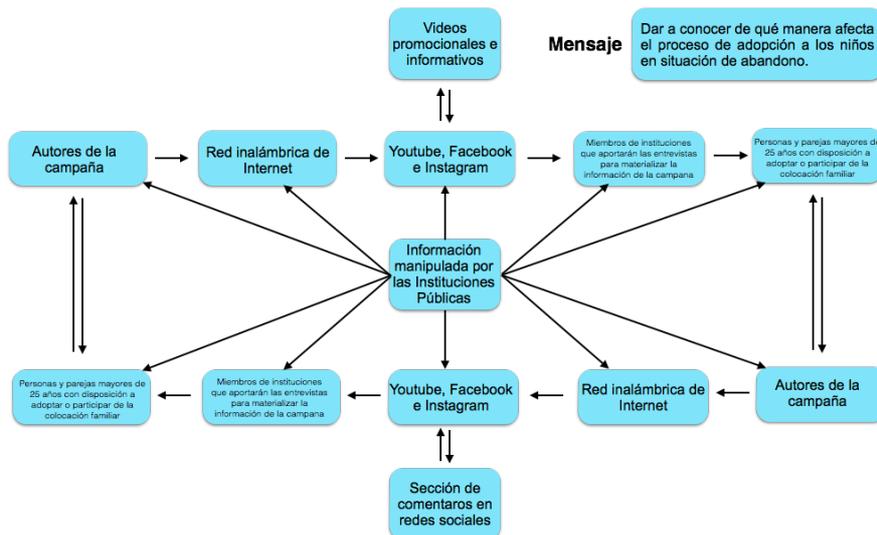
### 3.4 Emisor, mensaje, medio, receptor

Es de gran importancia saber la capacidad de los canales de comunicación para medir el valor informativo del mensaje para el público por eso el modelo de Shannon y Weaver con aportes de Defleur servirá de base para entender la correspondencia que debe haber entre el significado del mensaje producido y el emitido al público en un proceso donde existe el feedback y es lo que permitirá hacer el análisis de las métricas.

#### Modelo de Shannon y Weaver con aportes de Defleur



#### Modelo de la comunicación de la campaña publicitaria acerca de los niños institucionalizados



### **3.5 Experiencia en el consumidor**

Se busca mostrar la parte humana y sentimental del proceso por el que pasan los niños que viven en las instituciones de abrigo en las que se crían en la parte más importante de su crecimiento, con el motivo de generar afección y apego a estos en las personas que están interesadas en adoptar o participar del programa de colocación familiar que principalmente desconocen del tema porque no existe mucha información del tema en Venezuela o porque los procesos institucionales se demoran a causa de las autoridades pertinentes, como también se buscará plasmar la visión de adoptantes y sus vivencias con los nuevos miembros de la familia.

### **3.6 Elementos Innovadores**

Se utilizará la modalidad audiovisual creando contenido original en formato de entrevistas personales con los actores mencionados anteriormente para poder mostrar sus vivencias personales y pensamientos acerca del tema. Se busca humanizar el proceso y entender empáticamente el lado de los niños institucionalizados y cómo les afecta crecer sin una familia propiamente constituida, así como la visión de padres adoptivos y el cambio que este genera en sus vidas. Esta es la primera vez que se hará material audiovisual con una visión integral y periférica de los procesos además de constar con las características necesarias para cubrir la falta de información del tema en el país.

### **3.7 Presupuesto**

El costo sería aproximadamente sesenta mil bolívares fuertes (60.000,00 BSF) por día de grabación, alquilando un set de cámara, luces, micrófono y la edición del video, además de pequeños montos relacionados a transporte y papelería.

En este caso está exento porque se dispone de todos los artículos y aptitudes necesarios para cumplir el objetivo de la grabación de las entrevistas.

## IMAGEN DE LA MARCA

### 4.1 Nombre de la marca

- Te encontré.

### 4.2 Redes

- Facebook<sup>®</sup> : Te encontré.
- Instagram<sup>®</sup> : @teencontreve
- Youtube<sup>®</sup> : Te encontré.

### 4.3 Logotipo

- Es la unión del logo de los zapatos estilo “converse<sup>®</sup>” con la tipografía “Angeline Vintage” que se creó principalmente para ser utilizado en Instagram.

### 4.4 Logo

- Colores: Se quiso utilizar los colores provenientes de Venezuela (amarillo, azul y rojo) y las estrellas blancas para acentuar la importancia del tema en el país y en tal caso en que el proyecto pueda mudarse a otros países, se mantendrá la base del logotipo para mantener una imagen coherente y buscar reconocimiento y *top of mind*, para los demás países se usarán los colores nacionales correspondientes.
- Diseño: se eligieron dos (2) zapatos de goma, con estilo inspirado en “converse”, que representan los pasos hacia el camino que empezarán a emprender juntos y están unidos por sus trenzas para hacer la forma de un corazón representando la unión que se crea en la adopción y en el proceso de colocación familiar.

### 4.5 Tipografía

- Se buscó una fuente para los títulos de la imagen llamada “Angeline Vintage”, es cursiva para representar esa unión que ocurre en la adopción

o en el proceso de colocación familiar, tiene características juveniles y divertidas.

### Banner

Redes: Facebook<sup>®</sup> y Youtube<sup>®</sup> .



### Logo cuadrículado

Redes: Facebook<sup>®</sup> y Youtube<sup>®</sup> .



Logotipo redondo

Redes: Instagram<sup>®</sup> .



## 5. Estilo o inspiración de los videos

- Human del director Yann Arthus-Bertrand.
  - De este documental se inspirará el estilo cinematográfico, las tomas cerradas, primeros planos y planos detalle para enfocarse en la parte más humana mostrando las expresiones y los gestos mientras se realiza la entrevista. También se tomará en cuenta la manera de mostrar desde tantas perspectivas un mismo tema.
- Campaña de Always: Play like a Girl.
  - De esta campaña se inspirará la manera de dar los mensajes, el formato de pregunta respuesta de las entrevistas y el enfoque de otros actores que intervienen directa o indirectamente en el problema.

## CONCLUSIONES

Luego de realizada toda la investigación pertinente para la campaña, es evidente el vacío de información que existe en Venezuela. Y más allá del vacío de información es la negligencia que hay por parte del gobierno, por el simple hecho de no abandonar una ideología y aceptar los errores.

Si tan solo dejaran de lado el personalismo y se enfocaran en lo que realmente importa muchas de las cosas cambiarían, principalmente el proceso de adopción y colocación familiar. Los niños, niñas y adolescentes no pasarían tanto tiempo dentro de las instituciones, no sufrirían trastornos de desapego y podrían crecer dentro de una familia estable.

También es importante recalcar que una parte del problema más allá del tema Gobierno, es un tema social. Se tiene que trabajar más en los sectores populares con las familias y con los jóvenes, para que entiendan que por más que quieran una familia tienen que estar al tanto que es más que un embarazo, que están tratando con la vida de otro ser humano que dependerá un 100% de ellos durante muchos años. Y que si no tienen las herramientas ni los recursos necesarios para mantenerlos no deberían tenerlo. Hacerles entender que pueden buscar el apoyo y la educación para que ese niño no venga a pasar trabajo sino a recibir todo el amor y el cariño que se merece.

Por otro lado, es sumamente importante sacar a la luz temas como este, que solo un nicho de personas muestra interés en ellos. Es necesario dar a conocer este tipo de temáticas, ya que con la situación país los venezolanos estamos inmersos en miles de problemas que nos afectan directamente, pero dejamos de lado problemas como en el proceso de adopción porque es algo lejano para muchos.

Como personas y como venezolanos estamos en la obligación de decir las cosas tal cual son, dejando a un lado el miedo al ¿qué me puede pasar si hablo sobre esto?

## RECOMENDACIONES

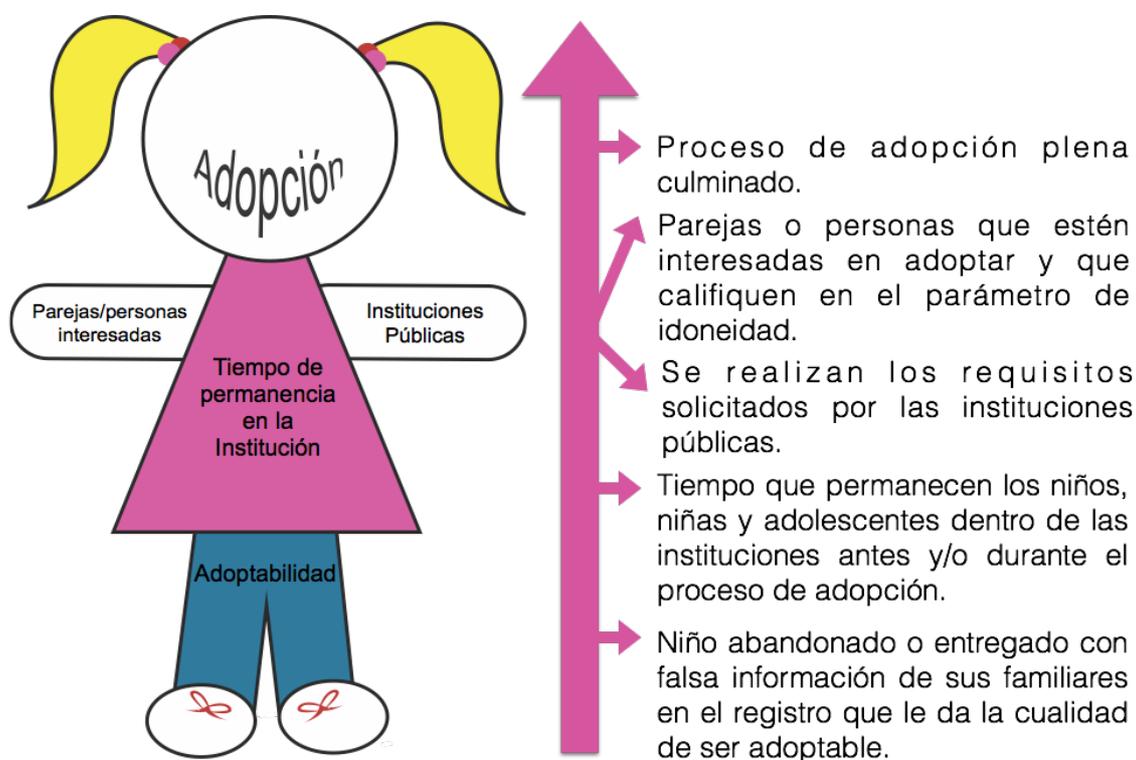
1. No tomar de manera personal las situaciones que viven estos niños, en cierto modo buscar cómo manejarlo de la manera más objetiva posible.
2. Insistir más en las instituciones públicas para que den la información.
3. Segmentar mucho más el tema ya que tiene muchísimas aristas.
4. Buscar casas hogares a nivel nacional, para ver en qué situaciones están las que no se encuentran en la ciudad capital.
5. Hacerle más seguimiento a los casos que van apareciendo.
6. Buscar cómo ayudar estos casos a través de la campaña, siempre dentro del marco de la ley.
7. Invitar a más personas que quieran participar del programa para poder generar más una atención más detallada a los procesos de las instituciones para mejorar la calidad y manejo del tiempo de cada proceso.
8. Realizar además de una campaña, una gira de medios, algunos charlas o eventos que apoyen el proyecto.
9. Abrir distintos canales mediáticos para tocar todas las aristas que corresponden al tema y que deberían ser tratados con más especificidad.
10. Seguir adelante con el tema sin importar cuán grande sean los obstáculos, al final del día se generarán mayores ganancias.

## REFERENCIAS

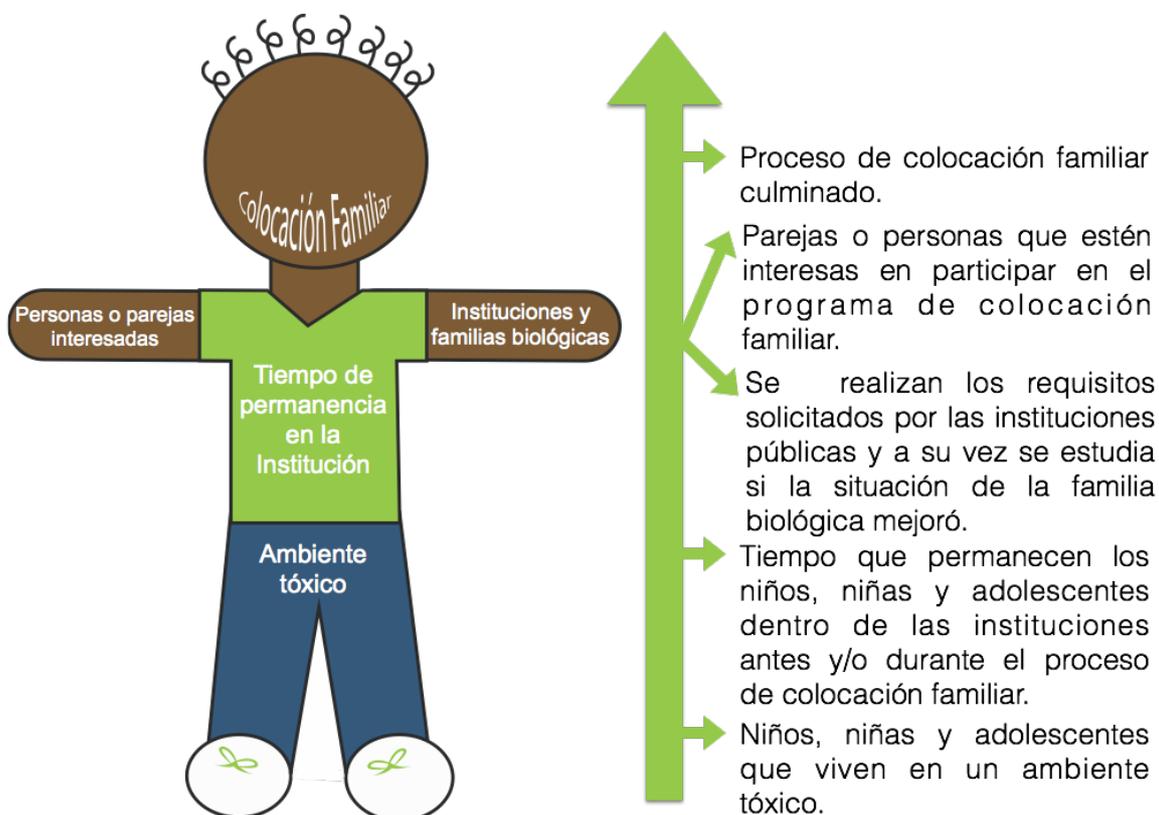
- Always. (2014). *Always #LikeAGirl*. puede encontrarse en <https://www.youtube.com/watch?v=XjJQBjWYDTs>
- Arthus-Bertrand, Y. (2015). *HUMAN Extended version VOL. 1*. puede encontrarse en <https://www.youtube.com/watch?v=vdb4XGVTHkE>
- Benavides, L. (2005). La adopción: aspectos normativos y tendencias recientes.
- Defleur, M., Shannon, C., & Weaver, W. (n.d.). puede econtrarse en <https://es.slideshare.net/lalohuber/uner-modelos-teoricos-de-comunicacion-4-1>
- Gaceta Oficial República Bolivariana de Venezuela N 6.185 (EXTRAORDINARIA). (2015). *Ley Orgánica para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes*. Caracas, Venezuela.
- Ponte, A. (2009). *Análisis de la situación de los derechos de los niños, niñas privados del cuidado de sus padres o en riesgo de perderlos*. SOS Aldeas Infantiles Venezuela.

## ANEXOS

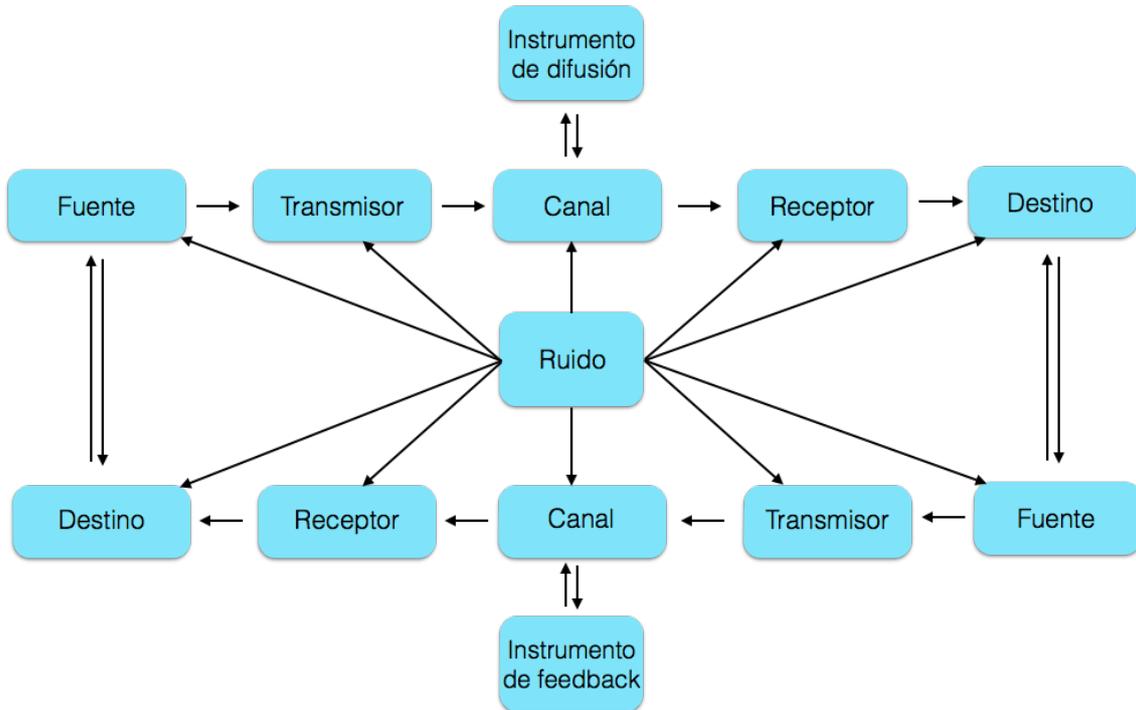
### Infografía de los pasos del proceso de adopción



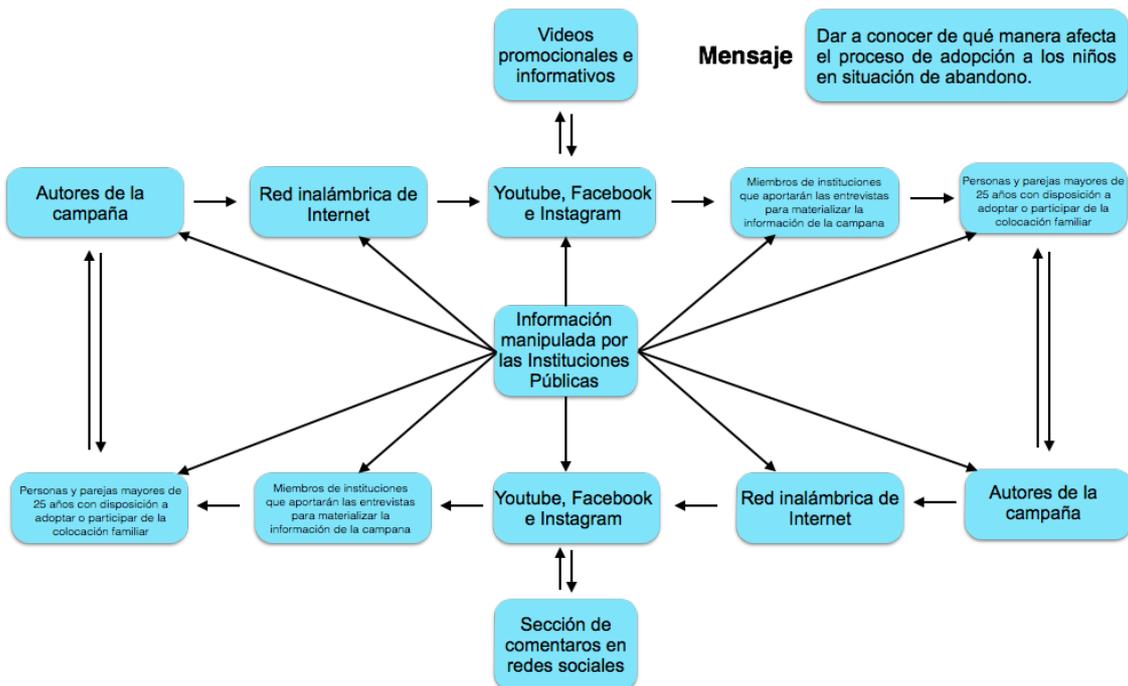
### Infografía de los pasos del proceso de colocación familiar



## Modelo de Shannon y Weaver con aportes de Defleur



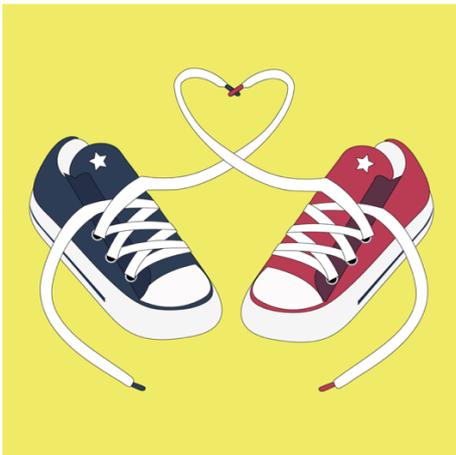
## Modelo de la comunicación de la campaña publicitaria acerca de los niños institucionalizados



Banner para Facebook y Youtube



Logo para Facebook y Youtube



Logo para Instagram



1. **¿Cómo se puede manejar la violación de DDHH de los niños, niñas y adolescentes desde instituciones como CECODAP?**

Oscar: Lo primero y más importante que debemos tomar en cuenta es que cada niño debería vivir con su familia de origen, es lo ideal pero no es una realidad. Lo que se debería buscar es el derecho a tener una familia y mantenerse con su familia biológica se haga valer, pero si no es posible la ley también le da la oportunidad de tener una familia que no necesariamente es su familia biológica, lo importante es cuál es la formación que tiene esa familia para poder garantizarle los derechos a estos niños. No basta con que esta familia quiera tener una familia para llenar su soledad, para llenar su vacío, para tener en que ocupar su tiempo. Sino más bien porque quieren tener un hijo, así sea por adopción, sino que realmente es un hijo que quieren tener. Entonces el derecho a tener una familia no solo para llenar vacíos y huecos sino crear la comunidad, la institución de familia y establecer relaciones. Es muy importante el respeto que se tenga hacia el propio niño, que el niño se sienta incluido en su propia familia, sobre todo si vienen otros hermanitos (Muchas veces se adopta un niño y luego de perder el estrés de que no se puede concebir la madre queda embarazada) Entonces existe la posibilidad de que el niño se sienta como extraño, por la llegada del niño biológico.

El niño adoptado tiene que tener todos los derechos que tienen todos los niños, el hecho de ser adoptado no cambia su condición ya que él es HIJO, por ende, debe tener derecho a la salud, a la nutrición, a la educación, al buen trato, para que él se sienta como persona, que se pueda desarrollar en un ambiente que le garantice su condición de derechos humanos. Esto no solo se debe cumplir cuando está en la familia sino también cuando está en la institución, él tiene que gozar de los mismos derechos. Hay instituciones, no todas, que hacen un trabajo importante que darle protección al niño, pero no le respetan sus derechos. Entonces el niño se siente excluido, no se siente respetado, no se la

garantiza tener el control de niño sano y además a veces el niño siente la necesidad de saber sobre su familia de origen, de saber dónde están que les pasó y a ellos no se les da esa información y eso le puede crear muchos conflictos. Yo diría que los derechos deben ser todos los derechos que tienen todos los miembros de una familia.

## 2. **¿Cómo hacer para que estos niños que están dentro de las instituciones no sufran de privación?**

Oscar: Sé que hay grupos de voluntariados que logran compensar, buscan ofrecerle al niño apoyo, algún tipo de ayuda emocional e incluso profesional. Pero eso requiere un trabajo no eventual ni en ciertas fechas específicas del año, como puede ser la época de Navidad. Sino que sea un trabajo constante para que ese niño que está de tránsito en esa situación pueda sentirse en una familia, eso no es fácil porque no es un niño sino son varios niños. Pero el hecho de compararlo con otros niños, el hecho de no discriminarlos, no ponerle etiquetas, no ponerle juicios que lo puedan afectar en torno a su condición, el hecho que pueda tener el tratamiento adecuado de acuerdo a sus características y sus necesidades, **es lo mismo que cualquier padre haría debería hacer con su hijo, pero en este caso es desde el punto de vista de una institución.** No es fácil porque sabemos que este niño cuando está en una casa hogar comienza a tener relaciones y vínculos con las personas que lo está protegiendo, que le están brindando cuidado y si aparece la opción de adoptarla, hay que tener mucho cuidado con cómo se hace la transición, que no es que bueno como ya tengo una familia, ahora alguien me quiere y listo ya tengo una familia, es amor y ese cariño no se da de manera espontánea, hay que hacer un proceso en la relación para poder ir enamorando a ese niño y dejarlo que viva su duelo, porque habrá un duelo, él va a extrañar su ambiente, “su familia”, sus rutinas, va extrañar todo y eso le generará un duelo. Con todo lo que un duelo trae, rabia, dificultad para adaptarse, desapego y la tendencia será mejor estoy donde estaba (institución) pero sabemos que lo mejor no es eso sino estar con una familia que le garantice sus derechos. Lo niños tienen el derecho a conocer su familia de origen, eso es un derecho, su familia de origen su

familia biológica deben respetarla. Muchas familias al adoptar tienen el temor de que cuando conozcan o vuelvan a ver su a su familia de origen el llamado de la sangre sea tan fuerte que el niño pueda decidirse por su familia de origen. Así la familia le haya dado todo el amor, le garantizara todos sus derechos y demás, no está mal que el niño en algún momento se pregunte de donde viene, y si hay que darle la oportunidad de conocer más allá además eso es una necesidad, todas las personas tenemos la necesidad de conocernos, eso también es un derecho. **No hay derechos especiales que se le deben garantizar a los niños adoptados o a los niños biológicos, son hijos, ambos son miembros de una familia, y tienen todos los derechos, estar informados, expresarse, recibir y dar amor (derecho al buen trato) todos los derechos que le garanticen que en su condición de persona se sientan amados, queridos y respetados.**

3. **¿Podrías dar algún consejo o palabras de apoyo a familias que quieran adoptar, pero no lo hagan por el miedo a que alguien le haga *bullying* a tu hijo o a familias que ya adoptaron y están viviendo una situación de *bullying* con su hijo?**

Oscar: Toda persona que tiene una condición distinta o diferente, generalmente tienen temor a la aceptación al si será o no aceptado, lo primero que hay que hacer que conocer tus propios miedos. Voy a adoptar un niño, voy a tener que explicarle, voy a tener que decirle. Él va a tener un momento en que sea rechazado, pues hay que ir ablandando caminos, hablarle de que puede pasar por la condición que tiene, explicarle que existen muchos prejuicios, muchos miedos en las personas que escuchan una situación que les es extraña tienen prejuicios. **Que no es importante lo que los demás piensen de él sino lo que él piense de sí mismo. Para que cuando se dé la situación esté preparado, él pueda entender que no es porque él tiene una condición diferente a los demás, sino que es porque las personas se sienten incómodas por lo que no les es familiar, al que es diferente.** Informarlo y prepararlo también para que cuando se presente la situación o se dé la posibilidad

el niño esté preparado pero la familia también. Porque cuando un niño sufre de *bullying*, no solamente lo afecta a él sino también afecta a la familia. Empiezan a hacerse preguntas que no se habían hecho antes, porque antes de haber surgido la situación todo parecía que estaba funcionando bien. Yo les diría a los padres que están en proceso de adopción y que seguramente se les presenta la situación lo vean como un momento para educarse ¿qué significa eso? Ver qué es lo que debo incorporar dentro del vínculo dentro de la relación, cómo procesar juntos esa historia de tal manera de poderla superar sin que queden heridas o que queden traumas. La ayuda profesional es importante, tienes que buscar una buena ayuda que sea una que te permita más que hacer un juicio de lo que estás viviendo, inclusive darte recomendaciones de una óptica particular es ver un poco como familia, cómo manejar esa situación como componente, como cada quien de la familia puede aportar, para poder convivir con esa realidad, que cuando se hace pública tiene unas características diferentes a cuando lo mantenían en lo privado. Lo ideal es ver como asumirlo para que no te afecte lo que pueda surgir, lo que puedan pensar. Sobre todo por cuáles son los prejuicios que se manejan generalmente, existe el temor de si yo me caso y tengo un niño que “tara” puedo traer, esa misma pregunta te la puedes hacer con una pareja que tu no conoces, tú no sabes que genes tiene entonces “que taras puede traer” también es una pregunta que te puedes hacer y este es un hijo biológico, entonces más bien esa angustia que puede estar es una angustia que cualquier puede genéticamente traer una condición que no se sabe, eso va desde algo que tiene que ver con una persona que esté en adopción, con alguien que tiene que asperger, o una persona que tiene una orientación sexual diferente. El asunto es cómo amarlo desde y con su condición, pero es muy importante el hecho de no generar no permitir que sea la imaginación la que te empiece a generar situaciones que todavía no son por los miedos que puedas tener por la influencia del entorno, siempre yo le recomendaría a una familia que va a adoptar que vea realmente porque quiere hacerlo, como también se lo recomendaría a una persona que quiere tener un hijo. Porque te encuentras con situaciones de parejas que tienen muchos años, se sienten que ya como

pareja no funcionan, entonces quieren tener un hijo para que vuelva a tener sentido la relación de pareja, eso puede pasar con hijo adoptado o biológico. Entonces este niño viene a tratar de resolver un problema que él no puede resolver, la relación de pareja no funciona ni que vengan quien venga se arregla. Puede ser que al momento con la ilusión del momento piensen que mejoró, pero puede ser que eso también active situaciones no resueltas de la pareja.

Otra cosa importante es como se trabaja familiarmente, que muchas veces la familia no trata al niño como se debe. Por ejemplo, los tíos con los primos, sin intención de repente se pregunten si ella/el no nació de la barriga de mi tía entonces ella/él no es mi prima. Hay que formar a la familia, para que los primitos se lleven bien entre ellos y acepten al otro como un par.

4. **¿Usted que es profesor, cómo se puede abarcar este tema en los colegios? Es decir, el tema del *bullying*, el tema de explicarle que un niño es adoptado si la familia no lo hizo.**

Oscar: Yo te voy a decir mi posición, no sé si el técnicamente apropiada, pero es la que yo creo que es mejor. Un niño tiene que decir que es adoptado si le preguntan, si no siente la necesidad o no le preguntan no tiene por qué hacerlo. Es como un hijo biológico no va por la vida diciendo mira yo nací por cesárea, qué le importa a la gente si nació por cesárea o por parto natural. Hay que estar atento como docente, de no solo la actitud del muchacho sino como docente. Si el docente nota que hay un muchacho que está en condiciones de ser adoptado y está siendo rechazado o nota un cambio en la relación, tiene que intervenir, no lo puede dejar pasar. Y poner el tema sobre la mesa, yo pondría el tema sobre la mesa, en el sentido de hablar que es la adopción y que piensan ellos sobre la adopción, por qué una persona adopta un niño, qué diferencias hay entre un niño adoptado y uno biológico. **Yo haría la reflexión con los niños para que ellos mismo puedan comprender como actúan y eso es una forma de prevención. El niño no actúa mal por lo que el capta sino por lo que él ha escuchado y ha recibido de**

**su familia.** Entonces muchas veces hace un juicio de una situación que se está enterando por lo que el socialmente ha escuchado, ciertamente la peor ofensa que se le puede decir a una persona que no es adoptada, pasa mucho en las escuelas y ese llamado hay que hacerlo a las escuelas. Es que hay niños que no se parecen ni a su mamá ni a su papá y les dicen “tú eres adoptado” y no son adoptados, sencillamente son familias que tienen morenos catires, blancos, etc. o sencillamente son un salto atrás. Es importante ver esto porque muchas veces escuchas a los niños diciendo “ay tu eres un recogidito