



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Relación de una campaña social y apreciación del maltrato infantil en una
población limeña, 2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

AUTORA:

Montesinos Villar, Fabiola Beatriz (0000-0001-8895-1211)

ASESOR:

Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal (0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA- PERÚ

Año 2021 - II

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios, quién supo guiarme por un buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no rendirme en los problemas que se presentaban, como también a mi madre, Gladys Beatriz Villar Casas, quien desde el cielo me guía y me protege. De igual forma a mi familia, ya que por ellos soy lo que soy. Por su apoyo, consejos y amor, pude culminar esta etapa como estudiante universitaria.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco de todo corazón a mi familia, quienes estuvieron conmigo en todo momento, en especial a mi tía, Elcidia Jesús Ramos Casas, que por su amor y apoyo incondicional pude cumplir mi sueño. Asimismo, a mi asesor Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal, persona de gran sabiduría quien se ha esforzado en apoyarme y guiarme para llegar al punto en donde me encuentro. A todos ellos, muchas gracias.

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	MÉTODO.....	27
	2.1 Tipo y diseño de investigación	28
	2.1.1. No experimental transversal	28
	2.1.2. Enfoque de la investigación.....	28
	2.1.2.1. Cuantitativo	28
	2.1.3. Tipo de investigación.....	28
	2.1.3.1. Descriptivo Correlacional.....	28
	2.2. Operacionalización de variables.....	29
	2.2.1 Variable Independiente: Campaña social	29
	2.2.2 Variable Dependiente: Maltrato infantil	29
	2.2.3 Operacionalización	29
	2.2.4. Operacionalización de las variables.....	31
	2.3 Población, muestra y muestreo.....	33
	2.3.1 Población	33
	2.3.2 Muestra	33
	2.3.3 Muestreo	35
	2.3.3.1. Probabilístico	35
	2.3.3.2. Aleatorio simple	35
	2.4 Técnicas e Instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	35
	2.4.1 Técnica.....	35
	2.4.2. Instrumento	35
	2.4.3. Validez.....	36

2.4.4. Confiabilidad	36
2.4.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	36
2.5. Procedimiento	36
2.6 Métodos de análisis de datos.....	37
2.5.1. Estadísticas	37
2.5.1.1. Alpha de Cronbach	37
2.5.1.2. V de Aiken.....	38
2.5.1.3. RHO de Spearman	38
2.7. Aspectos éticos.....	39
III. RESULTADOS	40
Tabla 5. Confiabilidad del instrumento: Alpha de Cronbach.....	41
Tabla 6. Prueba de normalidad para las variables: Campaña social y maltrato infantil.	41
Tabla 7. Relación entre la campaña social y el maltrato infantil	42
Tabla 8. Relación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales del maltrato infantil	44
Tabla 9. Relación entre las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral	46
Tabla 10. Relación entre las estrategias de la campaña social y la violencia infantil.....	48
IV. DISCUSIÓN.....	50
V. CONCLUSIONES	55
VI. RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de figuras

Figura 01: Fórmula de tamaño muestral.....	35
Figura 02: Mercado “Niño Jesús”	36
Figura 03: Alpha de Cronbach.....	39
Figura 04: V de Aiken	40
Figura 05: RHO de Spearman	40

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables	32
Tabla 2. Población	35
Tabla 3. Muestra General.....	35
Tabla 4. Aprobación de expertos según V Aiken....	39
Tabla5. Alpha de Cronbach	44
Tabla 6. Prueba de normalidad para las variables	44
Tabla 7. Relación entre la campaña social y el maltrato infantil.....	45
Tabla 8. Relación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales	47
Tabla 9. Relación entre las piezas graficas de la campaña social y la formación integral.....	49
Tabla 10. Relación entre las estrategias de la campaña social y la violencia infantil	51

Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	71
Anexo 2. Instrumento de Evaluación	73
Anexo 3. Validación de Instrumento.....	76
Anexo 4. Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	88
Anexo 5. Captura del reporte de originalidad del programa Turnitin... ..	89
Anexo 6. Fotos de encuestas	90
Anexo 7. Data de estudio.....	93

RESUMEN

En este estudio se determinará la relación de la campaña social y apreciación del maltrato infantil que se presenta en una población limeña, conociendo los factores que lo conllevan y, a la vez, relacionarlas, midiéndolo con base a los resultados del cuestionario, los tipos de factores y consecuencias que originan este problema, dado a que las campañas sociales son acciones de estrategias para atraer la atención sobre un problema social, como lo es maltrato infantil, con el objetivo de determinar las causas que originan este problema y conocer los pensamientos de los ciudadanos.

Campana social, educación, diseño, maltrato infantil, creatividad.

ABSTRACT

This study will determine the relationship of the social campaign and appreciation of child abuse that occurs in a Lima population, knowing the factors that entail and, at the same time, relate them, measuring it based on the results of the questionnaire, the types of factors and consequences that originate this problem, given that social campaigns are actions of strategies to attract attention to a social problem, such as child abuse, with the objective of determining the causes that cause this problem and know the thoughts of citizens

KEYWORDS: Social campaign, education, design, child abuse, creativity.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, vivimos en un entorno lleno de violencia que afecta el desarrollo de nuestro país, es un daño que se da desde lo físico hasta lo psicológico. Uno de los más comunes es el maltrato infantil, que es un problema que se presenta en el país. Según Aranda, C. (2009), Es un trato improcedente a los niños, seres en desarrollo, al resultado de un cambio en las correlaciones de enseñanza y poder que se da en una estructura familiar, dificultando al desarrollo humano de menor, cohibiendo de sus derechos y oportunidades.

En nuestra realidad problemática, la violencia infantil se ha transformado en una forma cotidiana de convivir. En las familias, los padres piensan o tiene la mentalidad que una buena forma de educar y enseñar a sus hijos es golpeándolos, dañándolos psicológicamente con palabras hirientes para hacerlos “emocionalmente fuertes”, más aún acompañados con golpes, dejando marcas físicas y emocionales.

Barrios, C. (2002), explica que la violencia infantil se produce en todas las clases sociales, en todos los lugares. Sin embargo, también existe una serie de circunstancias que hace que los menores sean víctimas de violencia intrafamiliar, ya que los padres son la principal causa de un maltrato dentro de un círculo familiar por falta de comunicación y respeto entre ellos mismos, por la falta de oportunidades de trabajo y el bajo nivel económico.

No obstante, entre las causas que originan el maltrato infantil figura el bajo nivel de condiciones socioeconómicas, bajo nivel de educación, la falta de oportunidades de los padres o también los problemas de estabilidad emocional de algunos padres de familia que ven la agresión física como una forma de educación. Del mismo modo, la negligencia infantil y el abandono son un tipo de violencia infantil que se ocasiona por la falta de interés y amor parental de los padres, originando descuido en las necesidades de sus hijos sin importarles el desarrollo y protección de sus hijos.

En el último año, el Ministerio de la Mujer y Población Vulnerables (MINP) registró 16.000 casos de maltrato infantil entre enero a junio, con unos 15.951 casos atendidos en el Centro de Emergencia de la Mujer o por sus cifras, 80% de casos denunciados. Esto se vuelve una preocupación de interés público en nuestro país, ya que miles de niños sufren diferentes tipos de maltrato por sus propios padres o por la misma comunidad en la que reside.

Frente a ello, Francia (2003) mencionó que el maltrato infantil es un problema de todos, que hace varias décadas se ha manejado grandes cifras alarmantes, registrado por ANAR, de

niños que son objeto de violencia de sus padres, lo que se proporciona dificultades que afecta el desarrollo del futuro que son los niños.

Por consiguiente, existe campañas sociales que son acciones estratégicas para crear un plan de solución ante problema social y así poder contrarrestarlos, informando e invitando al público a participar en las acciones de solución, creándose así diversas instituciones u organizaciones de protección al menor que ofrecen contenidos eficaces y reflexivos para la sociedad con el fin de concientizar y destacar su importancia ante los problemas sociales de diferentes índoles, unos que afectan el desarrollo del país y de los mismos peruanos.

Es así, que el pasado mes de junio del año 2018, se lanzó la campaña social “Únete a la barrera contra la violencia”, organizada por la Federación Peruana de Fútbol y el UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, por sus siglas en español), con el objetivo de fomentar conciencia sobre el maltrato de los menores, invitando a que los peruanos participen en la protección del niño.

La campaña social, “Únete la barrera contra la violencia” se planteó en una cancha deportiva donde participaban varias personas, hinchas del fútbol peruano, en el cual se encontraba un árbitro que llamaba a jugar a las personas una partida de fútbol. Esto, hasta que en un momento determinado, sindicaba que iba a poner un complicación más en el juego, apareciendo así un grupo de niños con un anuncio de la campaña social, colocándose como una barrera en la cancha deportiva generando en estos un rechazo inmediato, puesto que no buscaban lastimarlos, causando rápidamente una impresión en las personas, tomándolo así una forma de concientizar el maltrato que le produce al niño y niña, cambiando la percepción de las personas que se encontraban en lugar y de los mismos participantes.

Al origen de esta campaña social se pudo identificar los factores que generan el maltrato infantil. Dado que los mensajes de la campaña social pudo reconocer e identificar los factores psicosociales que causa el maltrato infantil, como lo es el bajo nivel económico, la falta de oportunidades de los padres. También, la pieza graficas de la campaña social que consistió en diseño, forma y color; ayudo a entender y reconocer la formación integral que genera el maltrato infantil. En base de que mediante las piezas graficas se estableció la temática de esta campaña, reconociendo los factores que generan esta problemática social.

En esta línea, se supo al momento de realizarse la temática de la campaña social “Únete a la barrera contra la violencia”, basándose en el comportamiento de los niños, el tipo de

violencia del que eran víctimas. Esto, se pudo determinar gracias a las estrategias que plantearon los analistas y responsables de la activación, siendo así un factor fundamental para poder plasmar los resultados, imitándose así esta labor para funciones futuras.

De este modo, la investigación se enfocará en el distrito de San Juan de Lurigancho, mismo en donde se registró hasta un 73, 8 % casos de maltrato infantil, dado a conocer por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Por lo tanto, nos enfocaremos en el mercado “Niño Jesús” ubicado en la avenida Campoy del citado lugar, determinando así la relación de la campaña social y apreciación del maltrato infantil con el fin de conocer y evaluar las causas y consecuencias que produce este problema.

- **A continuación, se presentará los antecedentes internacionales referente a la campaña social y maltrato infantil.**

Cajas (2016) tituló a su investigación “Campaña gráfica para concientizar sobre la violencia infantil en el transporte público en quitó”, y planteó como objetivo el realizar una campaña gráfica que concientice a los usuarios de los medios de transporte públicos sobre la violencia o maltrato que sufren los niños y niñas, analizando así las actitudes, comportamientos y opiniones de los usuarios de la unidad vehicular.

De esta forma, concluyó diciendo que sí se pudo visualizar la realización de piezas gráficas y que tuvo una buena acogida en el lugar enfocado, agregando que el 90% de los usuarios indicaron que si hay una necesidad de crear campañas gráficas en las que se usen mensajes directos sobre la violencia infantil, generando con esta campaña un impacto en la ciudadanía que contribuye a que las personas tomen conciencia de dicha problemática.

Bayas (2014) realizó su investigación “Campaña social contra el abuso infantil”, estableciendo como objetivo principal el comprobar las principales manifestaciones que presentaron los niños de 6 a 12 años. Su tipo de investigación fue cualitativa, ya que contrastó y demostró los datos obtenidos durante la campaña y las examinó realizando muestras de niños de 9 a 12 años de edad.

Tras ello, llegó a la conclusión de que a lo largo de la campaña se observó un rápido entendimiento de las instrucciones y la claridad de lo que tenían que hacer. Los niños dibujaron en un papelógrafo una situación cotidiana con sus padres y se calificaron con una

cara feliz o triste. Obtuvieron varias respuestas en cuanto al tema de “Abandono Emocional” o “Privación Afectiva”, un efecto común era la poca paciencia y el sentimiento de culpabilidad en cuanto al trato de sus padres.

Tomba (2018) desarrolló su trabajo titulado “La responsabilidad social de la publicidad: eficacia de las campañas de bien público”, con el objetivo de determinar cuáles fueron los recursos y estilos para comunicar efectivamente las problemáticas sociales. Su metodología fue no experimental, estudio cuali- cuantitativa, ya que validó las hipótesis al evidenciar que las campañas eran de bien público.

El autor concluyó diciendo que el sentido estricto era necesario, por la razón de que era definido conceptualmente a la publicidad de bien público. Esto, porque es un tipo de comunicación que se vale de las estrategias y técnicas de los medios de publicidad para diferirse en el contenido con el fin de llegar a la sociedad y fomentar la responsabilidad en base de las campañas para la disminución de problemas sociales.

Hee Jin, k., y Jung Min, J. (2018) titularon a su investigación “The Easier the Better: How Processing Fluency Influences Self-Efficacy and Behavioral Intention in ProSocial Campaign Advertising”, y plasmaron como objetivo de investigación el examinar la fluidez de procesamiento en la intención de autoeficacia en el comportamiento de las personas al participar en una campaña prosocial de un contexto proambiental.

Fue así, que tuvo como conclusión, que el efecto compuesto de la campaña prosocial, mostró que la sensación subjetiva de la fluidez de procesamiento del individuo afecta el grado de autoeficacia y la intención de participar en una campaña prosocial de contexto proambiental, por el motivo que el estudio 2 replicó el estudio 1, ya que los individuos toman el mensaje de manera diferente por la discrepancia de percepción autoeficacia.

Struthers, A., y Ming, W. (2016) en su tesis titulada “Buzz Agents in a Teen-Driven Social Marketing Campaign: Positive Campaign Attitude Leads to Positive Changes in Health Outcomes”, desarrollaron su trabajo con el objetivo de desarrollar una campaña social de salud pública para los adolescentes en pro de la prevención de la obesidad, basada en los principios de mercadeo social y de BUZZ de marketing.

Con lo antes planteado, llegó a la conclusión de poder probar la hipótesis de la investigación, que se postula una actitud y comportamientos positivos hacia el público objetivo y que, además, la campaña social de salud pública causó que tomen conciencia ante el problema de

obesidad en las escuelas, tomando medidas de prevención sobre como alimentarse saludablemente y ampliando actividades físicas para lograr cambios en las actitudes y el comportamiento de la salud en los estudiantes.

- **Así mismo, se presentarán los antecedentes nacionales referentes a la campaña social y maltrato infantil.**

Aliaga (2015) realizó la investigación “El maltrato infantil como elemento de formación integral en los niños de las familias en el barrio de “Azaña” Chupaca”, planteando como objetivo establecer las razones por el cual el maltrato Infantil se maneja como elemento de formación Integral en los niños y en las familias del barrio de Azaña, en Chupaca. El diseño de metodología que utilizó fue de tipo descriptivo explicativa, ya que describió cómo se manifiesta el fenómeno y se basó en las teorías que constituyó el conjunto de inferencias, creencias y descubrimiento de la realidad del maltrato infantil.

Llegó a la conclusión de que las razones familiares que tienen los padres para utilizar el maltrato infantil como elemento de formación integral en los niños del barrio de Azaña, es por el motivo que piensan que una buena forma de educación y disciplina es mediante los maltratos, y que el 84 % de padres afirmó que ejerce autoridad y poder sobre sus hijos de forma sistemática de educación.

Nacarino (2015) planteó el trabajo “Las causas que genera el maltrato infantil en los niños usuarios del área de defensoría municipal del niño, niña y adolescente de la municipalidad distrital de Guadalupe”, y estableció como objetivo analizar los distintos orígenes que produce maltrato infantil en los niños usuarios del área de defensoría municipal.

Su metodología fue descriptiva, ya que analizó e identificó las causas que forman el maltrato infantil. Como resultado de su investigación, se pudo observar que dichos orígenes parten a raíz de las madres jóvenes que viven o han vivido en un clima violento, afectando así su salud psicológica como también, a causa de un bajo nivel económico y educativo, volviendo a las mujeres muy dependientes de sus conyugues.

Ruiz (2016) tituló a su investigación “Las campañas sociales de concientización sobre el abandono del adulto mayor”, y estableció como objetivo principal el evaluar que publicidad de contenido social reflejó los mensajes directos que permitieron fomentar conciencia en la

sociedad sobre los problemas sociales. Esto, con el fin de cambiar la perspectiva que tienen hacia estos problemas sociales.

Fue así, que concluyó diciendo que las realizaciones de campañas sociales aportan creatividad a la solución del problema con el hecho de fomentar, sensibilizar y concientizar a la población por medio de anuncios publicitarios en el alcance visual de los ciudadanos y de esta manera, conseguir un mayor porcentaje de concientización, dando así por iniciada una mejora en cuanto a la eficacia del cuidado del adulto mayor.

Huamán (2015) desarrolló su investigación “Factores psicosociales del cuidador asociados al maltrato infantil en menores de cinco años del centro Poblado de nuevo Requé – 2015”, planteando como objetivo determinar los factores psicosociales asociados al maltrato infantil en menores de 5 años. Su método de investigación fue de diseño descriptivo correlacional, ya que buscó responder la pregunta: ¿Cuáles son los factores psicosociales del cuidador asociados al maltrato infantil?

Como conclusión, señaló que los factores psicológicos son por causa de patrones de crianza, costumbres, educación y creencias. Asimismo, tuvo como resultados de investigación que el 50 % son de maltrato físico y el 71.4 % de maltrato psicológico y que el 40.4 % es de factor social que prevalece continuamente y que es causa del maltrato infantil en los niños de cinco años, en los hogares del centro poblado de nuevo Requé.

Huanca (2017) en su tesis “Maltrato infantil y habilidades sociales en estudiantes de instrucciones formativas nacionales del distrito de San Martín de Porres”, estableció como objetivo principal determinar la reacción entre maltrato infantil y habilidades sociales, a modo de que relacionaron las dos variables en el estudio de los estudiantes de instituciones educativas nacionales.

La metodología aplicada a la investigación fue de diseño correlacional, ya que el estudio describió la correlación de asociación entre las dos variables para determinar el maltrato infantil y habilidades sociales en los estudiantes de las instrucciones formativas nacionales. Como resultado final, demostró que existe una mayor muestra de maltrato infantil en los estudiantes y una mayor participación con otras personas, ocasionando así una negligencia.

- **Por consiguiente, se presentará las teorías relacionadas al tema de investigación.**

Teoría de los Efectos Limitados.

Desarrollada originalmente por el teórico Paul Lazarsfeld, durante la década de los 40 del siglo XX en ambientes intelectuales de EE.UU. Según Álvarez, G. (2012) explicó que la teoría de los Efectos Limitados “Pone en énfasis las características biológicas y psicológicas de las personas que de cara a desvelar los comportamientos atacados durante nuevas ideas”. En este caso, la misma supone a cada persona a interpretar los mensajes de los medios de comunicación pasando por un filtro de características psicológicas de las personas, para evaluar los hábitos de percepción y recepción.

Por otra parte, Pascual, R. (2006) nos dice que el núcleo teórico que investiga esta teoría confirma una serie de hipótesis.

- Los miembros de la sociedad exhiben varios hábitos de recepción y percepción.
- Los medios muestran los mensajes a la sociedad, pero esos mensajes se reciben e interpretan selectivamente.
- Puesto a la interpretación, retención, percepción y respuestas a los mensajes de los medios son también variables y selectivos.
- Las diferenciaciones en los hábitos de percepción y recepción se dan por cada individuo, teniendo una organización única o personal de valores, comportamientos, creencias, modos y necesidades de acercarse a los medios de comunicación.

Además, el teórico Paul Lazarsfeld, manifestó que los efectos de los mensajes están fuertemente establecidos por el contexto social del individuo. Cabe señalar, que los grupos de pertenencia del receptor inciden al medio en su manera de valorar los mensajes que recibe por los medios de comunicación.

El proceso de comprensión y conocimiento de la realidad, referente a la teoría de los efectos limitados, es caracterizado a través de un triple de procesos de diferenciación como la individual, que consiste que la persona selecciona la información referente a sus actitudes e intereses. Por otra parte, está las relaciones sociales, que determinan que actitudes imitar, seguir, valorar o admirar. Esto, para evitar sentir el rechazo colectivo, uno de los más grandes temores del individuo. Por último, se encuentra la diferenciación social, que son las formas culturales que nos conducen a seleccionar determinados contenidos.

El modelo de Lasswell

Conocida originalmente en 1940 por el sociólogo estadounidense Harold Lasswell, este desarrolló un modelo que permitió entender el proceso comunicativo, estableciendo así una serie de puntos que hacen posible un suceso de comunicación; quién dice que, a quién, por qué canales y con qué efectos.

A partir de este contexto, se formula un paradigma definiendo la comunicación como un acto en el que el emisor dirige el mensaje al receptor con una determinada intencionalidad. Además, construye formas de comunicación masiva de manera unidireccional, ya que el emisor envía el mensaje al receptor y este lo recibe de manera pasiva.

Referente a los elementos de formulación comunicativa, Millán, T. (2000) mencionó que:

- Quien: Es el emisor, es decir, la fuente de toda comunicación.
- Dice qué: Es el mensaje, es el análisis de la información contenida en el mensaje en procesos estadísticos, de una clasificación cuantitativa y sistemática.
- Por cuál canal: Son los medios usados para transmitir el mensaje.
- A quién: es la relación de análisis de los medios, que viene siendo el receptor.
- Con qué efecto: Se trata del impacto que produjo el mensaje a la sociedad, dando un determinado resultado referente a la percepción del mensaje.

Cabe precisar, que el modelo de Laswell es básicamente descriptiva, ya que tiene por finalidad instituir los análisis de los actos comunicativos frente a los procesos de la comunicación. En este caso, los elementos de formulación comunicativa referente a mi estudio consistiría en “quién dice”: la campaña social; “dice que”: no al maltrato infantil; “por cuál canal”: banner, afiches y medios de comunicación; “a quien”: a la población limeña; “que efecto”: fomentar conciencia sobre el maltrato infantil.

- **A continuación, presentaremos los conceptos de las variables campaña social con sus respectivas dimensiones e indicadores.**

Campaña Social

Son iniciativas comunicacionales con el objetivo de cambiar la conducta de los ciudadanos. Las campañas sociales tienen como misión promover e incentivar actitudes y valores que contribuyan al bienestar y desarrollo de la sociedad, tomando medidas de participación,

solidaridad y compromiso para la concientización de un problema social que pasa en su comunidad o país y así poder sobrellevarlo.

Rodríguez (2014) las definió como actividades de comunicación persuasiva que se envían al receptor como su condición al ciudadano a través de campañas sociales, mismas que desean concienciar a la población sobre un tema de interés público y general ya que con su participación se recibe el mensaje de manera rápida y eficaz (las campañas sociales permiten conocer mejor el mensaje que se le quiere llegar al receptor). Tienen como fin promover la solidaridad con los más necesitados o dar a conocer un problema social, por lo cual debe ser conocida y consciente por el ciudadano que lo percibe. (Rodríguez, 2014.p.26)

Así mismo, Indian leadership for indian health (2015) definió que las campañas sociales son promociones que resuenan en las comunidades con la ayuda de un equipo de mercadeo social para el proceso de planificación basado en la evidencia que mejora el impacto de los mensajes de promoción de salud y que a la vez, utiliza la investigación para identificar poblaciones prioritarias y segmentar a la comunidad en audiencias distintas con el fin de evaluar la eficacia de los mensajes, estrategias y audiencias de las campañas. (Indian leadership for indian health, 2015, Pagina web)

Finalmente, Smith, Atkin y Larry (2006) acotaron en A Social Judgment Theory Approach to Conducting Formative Research in a Social Norms Campaign, que las campañas sociales brindan verdadera información normativa sobre las conductas mal percibidas, además de que reducirán la brecha entre las percepciones distorsionadas y las prácticas reales, (las campañas sociales ayudan a disminuir las problemáticas sociales) la evaluación formativa de mensajes diseñados para transmitir efectivamente las verdaderas normas informadas de una teoría social. (Smith, Atkin y Larry. 2006, p.1)

- **Así mismo, como primera dimensión tenemos mensajes.**

El mensaje es la investigación que el emisor remite al receptor a través de canales de comunicación, puesto que para ser transmitido necesita un sistema de signos como letras, caracteres y códigos de lengua que se transmite de forma escrita, oral o mediante imágenes. A su vez, el mensaje también puede cumplir varios fines de comunicación, como lo es la publicidad que ofrece un mensaje que se debe de responder de diferente características como las estrategias que implica que el mensaje debe de ser tolerante, sólidos y consistentes. Por

otra parte, también se encuentra la ejecución que implica planear la producción, difusión y edición de encontrar el medio adecuado para la exposición del mensaje.

Casals (2006) explicó que la sociedad tecnológica y posindustrial en el mensaje es la parte esencial, ya que son fines y efectos protagonistas de investigaciones y acciones que ha tomado diversos caminos, que en algunas ocasiones se bifurcan y otros confluyen, pero muestra de que el conocimiento no es unidireccional. Por esa razón, el mensaje es el centro en la que se mueve toda investigación. (Casals, 2006, p.15)

Por su parte, Share (2019) sostuvo que un mensaje es una unidad discreta de comunicación destinada a la fuente de consumo por parte de algún destinatario o grupo de destinatarios, pudiendo ser entregado por varios medios (incluyendo mensajería, telegrafía, paloma mensajera y bus electrónico). También puede ser el contenido de una emisión. Un intercambio interactivo de mensajes forma una conversación. (Share, 2019, Artículo web)

Unserstand (2005) en cambio, ratificó en All media messages are constructed, que cuando decimos que todos los mensajes de los medios están contruidos, queremos decir que son recopilados por alguien. Ese "alguien" podría ser una sola persona o una organización (los mensajes y valores incluidos en esta pieza particular de los medios son los de las personas) que crearon para comunicarse unos a otros. (Unserstand, 2005, Página web)

Finalmente, Philip y Armstrong (1995) Señalaron que los mensajes publicitarios son eficaces, consistentes y directos que comunican a los consumidores. Es decir, plantea estrategias (con el fin de lograr llegar al pensamiento de las personas sobre un producto o servicios), ya que el mensaje debe de tener estrategia de posicionamiento mucho más empleada y eficaz (...) convirtiendo así en una forma adecuada de aplicar el mensaje publicitario (Philip, Armstrong, 1995, p.484)

Por lo tanto, tenemos como indicadores:

- **Frases**

La frase es un conjunto de palabras compuestas que forman un sentido completo que se caracteriza mediante puntuaciones y signos lingüísticos que crea un contexto claro y conciso. Estas provienen de una sintaxis que es la unidad inferior, sintáctica de un contexto que se forma por sus propios significados. Son utilizadas en mensajes, eslogan, áreas musicales entre otros términos más, ya que es la interpretación de un contexto al que se quiere llegar.

Jiménez (2007) sostuvo que son usadas normalmente para distinguir una estructura que tengan factores que han participado en la frase nominal como un mecanismo diferenciador, en su significación técnica y no como un importe de expresión, sino, como un sintagma susceptible que favorecer a una tipificación de unidades y enunciados. (Jiménez, 2007, p.13)

- **Percepción**

Es un componente que efectúan los seres humanos y que radica en interpretar, sentir, comprender y percibir los signos que procede del exterior. La percepción se describe mediante una imagen mental desarrollada a partir de la experiencia y se caracteriza por ser selectiva y subjetiva, ya que las personas las forman de manera inconsciente y esto causa que tomen la decisión de una cosa a otra de manera temporal o permanente.

Velázquez (2001) explicó que es un fenómeno que manifestado en la vida psíquica que resulta en trabajo de la mente, que interpreta diferentes sensaciones visuales provocando varios sentidos, que alcanza el progreso de madurez para funcionar habitualmente en las percepciones auditivas, cognitivas, visuales que son el proceso de aprendizaje en donde aprendemos a oír, ver, sentir, pensar de una manera diferente. (Velázquez, 2001, p.34)

- **Eslogan**

Suele ser una frase que se encarga de dar la interpretación de una marca o un producto, con el objetivo de dar a conocerlo a su público, remarcando sus beneficios y cualidades de manera que el consumidor le llame la atención. Tienden a presentarse de manera creativa y con frases que obtengan las asociaciones mentales que permitirá que recuerden el eslogan.

Muñoz (2001) definió que el eslogan se señala en las campañas sociales que originan una idea definitiva para lograr mayor conocimiento entre las personas. Por lo tanto, procede al criterio de coherencia e integridad de la marca o imagen de la empresa, dando como ejemplo la empresa pública Medellín con su campaña de robo de energía promocionando un concepto y eslogan promovido. (Muñoz, 2001, p.12)

- **A continuación, tenemos como segunda dimensión las piezas gráficas.**

Las piezas gráficas son composiciones visuales de un diseño que abarca desde un logotipo o una imagen de una marca que reflejan un soporte virtual y físico, que crea una identidad visual para una campaña social, organización o institución, ofreciendo una visión estética

unificada que contenga un desarrollo innovador y creativo acompañados de imágenes, textos o formas para la presentación de un servicio o producto de forma dinámica y eficaz.

Bohórquez (2011) explicó que las piezas gráficas son consolidaciones de la industria cinematográfica (cine y arte), cumpliendo una función informativa en plenitud de un relato audiovisual, ya que estas son presentaciones de información verbal para la coherencia narrativa de un relato o presentación de contenidos (...) estructurado por medio de la proximidad secuencial. (Bohórquez, 2011, p.26)

Por otra parte, Guo (2002) mencionó en *Graphic pieces for a border image*, que la pieza gráfica para agregar un borde, se crea una imagen de primer plano de imagen gráfica y una imagen de fondo de imagen gráfica. (Las imágenes de primer plano y de fondo se combinan en un archivo de imagen gráfica), cuyos contenidos especifican colores de píxeles y pesos de color de píxeles de una pieza gráfica capaz de agregarse a una imagen y es así en donde se forma una pieza gráfica. (Guo, 2002, p.1)

Egelund (2019) en cambio, explicó que los gráficos son una forma de arte individual. Es una transferencia desde una placa de impresión, por ejemplo, piedra litográfica (dibujo, texto, fotografía), marco de serigrafía o un bloque de madera. Esto, permite más impresiones de la misma impresión que depende de la resistencia y que cuenta con algunas técnicas permiten un número casi infinito de impresiones gráficas. (Egelund, 2019, página web)

Para concluir, Eguaras (2015) señaló que su estructura visual abarca desde un logotipo hasta señalética urbana. A la vez, cuenta con un soporte virtual o físico (como el color y la tipografía), son la parte más importante de la creación de las piezas gráficas (...) se conocen varios tipos de piezas gráficas, como las piezas gráficas impresas y digitales, que son útiles para promocionar proyectos por los medios, como también en existe el tipo de piezas gráficas de identidad visual corporativa, que es la presentación de una organización determinada. (Eguaras, 2015, página web)

Por lo tanto, tenemos como indicador:

- **Diseño**

Son representaciones mentales plasmadas de ideas de una dimensión gráfica, uniendo la técnica con creatividad con el objetivo de crear un diseño único, bello y original que

interprete algo determinado en el que se establezca. Básicamente, el diseño se compone de un pensamiento de soluciones que se pueda solucionar mediante una idea.

Wenceslao (2007) definió al diseño desde una perspectiva metodológica, que se abarca de un ámbito de disciplina que aclara un sentido. Es un contenido conceptual de referencia de expresión de una realidad que delimitan aspectos de rigor en los rasgos de diversa índole epistemológicos, semánticos, ontológicos que existe en una ciencia que no desatiende la dimensión externa de la relación del entorno (p.11)

- **Color**

Son impresiones que se genera por los rayos luminosos interpretado por el cerebro, que absorben ondas electromagnéticas que son captadas en el ojo e interpretadas en el cerebro, formando así varias tonalidades desde los colores primarios, secundarios y terciarios que sirven para dar vida a cualquier cosa o imaginación que se pueda crear con ideas, generando como base principal el color.

Wenham (2011) explicó que el color es un componente visual concerniente con mayor inmediatez e intensidad que se interpreta en la vida cotidiana y se constituye en investigaciones de industrias, tecnológica, ciencia, con una interpretación de color en los materiales u objetos que participa en las apariencias de sí mismos, diferenciándose así de la cantidad de tonos de luz que vemos en el entorno exterior. (p.81)

- **Forma**

La forma es interpretada por diversas maneras y significados como suaves o rectas, relacionando distintos aspectos de vida y emociones como gestos, expresiones, actitudes, movimientos emitidos por personas o situaciones que se representa como una apariencia de escritura relacionada a la belleza y el estilo de vida de la persona como también en miles de interpretaciones que se puede establecer.

Fernández (2004) explicó que la forma es una unidad de inspirarse en su descripción a su espectador. Son las formas intencionales de uno mismo en la sociedad, cualidad profunda de apariencia de color, función, tamaño y contexto a la racionalidad que se desclasifica y no siguen objetos dispares ni un ordenamiento racionalista es solemne y trivial que se vale de cualquier ejemplo de investigación. (p.23)

- **Por consiguiente, la tercera dimensión es estrategias.**

Las estrategias son un conjunto de acciones proyectadas, diseñadas para proporcionar la toma de decisiones para alcanzar un determinado resultado deseado, poniendo en práctica la creatividad, eficacia e inteligencia para llegar con el objetivo propuesto. Existen diversos campos en el que se utilizan como en el campo de la publicidad, el sector comercial entre otras que llegan con la meta principal, obteniendo resultados eficientes y aceptables.

Contreras (2003) explicó que tienen relación con la planeación, administración, evaluación, diagnóstico, gestión, entre otros. Normalmente se aplican en un proyecto de organizaciones, institutos o campañas, logrando permear la estructura de las ideas, y creativities realizadas con el fin de obtener los resultados deseados. (Contreras, 2003, p.156)

Por su parte, Bjorklund (1949) mencionó en *Childrens Strategies Contemporary views of cognitive development*, que una estrategia se compone de operaciones cognitivas más allá de los procesos que son consecuencias naturales de llevar a cabo la tarea, (desde una operación de este tipo hasta una secuencia de operaciones interdependientes), Las estrategias logran un propósito cognitivo y son actividades potencialmente conscientes y controlables. (Bjorklund, 1949, p.245)

Del mismo modo, Peng (2009) explicó en *Global Strategy* que La estrategia global se define no como una empresa multinacional en particular, sino como una estrategia en todo el mundo. Al enfatizar la estrategia internacional, no nos enfocamos exclusivamente en ella. Al igual que los negocios internacionales se refieren a los negocios, se trata fundamentalmente de la estrategia antes de ser globales. (Peng, 2009, p.21)

Para concluir, Christian (2009) explicó que las estrategias son objeto de múltiples interpretaciones, que se puede interpretar como plan (que es la acción consciente de lo deseado de una forma anticipada), con el fin de lograr escoger los documentos conocidos como técnicas para la elaboración del plan. Por otra parte, las estrategias se apoyan de pautas, que es un conjunto de comportamiento y acciones que se acompaña de procedimientos efectivos, (Christian, 2009, Monografía virtual)

Del mismo modo, tenemos como indicadores:

- **Conectividad**

La conectividad se caracteriza por el hipertexto en base de enlaces y vínculos empleados por personas mediante imágenes o mensajes con el fin de relacionarse con otros e intercambiar información y producir una conectividad efectiva. Por otra parte, también se concreta como la capacidad de conectar entre varios puntos un sistema de telecomunicación.

Nations (2005) afirmó que la conectividad es un modo que se desarrolla en la objetividad de vínculos entre funciones y objetos interpretado en un concepto abstracto de conectividad en una estructura resignada a una red de corredores que valen para reclutar servicios, bienes, información. También es una organización de territorios que se determina en una conexión de localización de recursos de funciones sociales y económicas. (Nations, 2005, p.10)

- **Efectividad**

La efectividad se planea por una serie de estrategias para lograr los objetivos fijados. Es la ejecución de un proceso de equilibrio entre la eficacia y eficiencia para conseguir un mejor resultado, obteniendo recursos planteados basado a la situación.

Para Lusthaus (2002) esta se utiliza fundamentalmente por una organización que define como efectos de propósito. La efectividad plantea lograr un consenso ligado a múltiples metas para una organización, en donde ellas adoptan una complejidad de procesos para emparejar objetivos, metas y sistemas de comunicar el grado de efectividad de una organización. (Lusthaus, 2002, p.17)

- **Creatividad**

La creatividad es la habilidad del ser humano para idealizar ideas, imaginaciones y cosas con el fin de generar nuevos contextos, ideas y proyectos para el desarrollo de algo o la solución de algún problema determinado (...) que asume a nuevas perspectivas.

Rubiales definió que la creatividad es la idea de que todo sea real y posible, es un proceso que diferencia esquemas mentales dados en la actualidad explicando por su totalidad y vinculado por una acción artística representada en todo tipo de empresas que cada vez es relacionada con la innovación a fin de facilitar y descubrir situaciones que dan importancia a productos creativos necesarios. (Rubiales, p.11)

- **A continuación, presentaremos los conceptos de la segunda variable, maltrato infantil, con sus respectivas dimensiones e indicadores.**

Maltrato Infantil

El maltrato infantil es una problemática latente en la sociedad actual peruana, ejercida mediante la violencia física, psicológica o emocional en repercusión del niño y niña, cohibiéndolos de sus derechos y oportunidades de tener una vida sana, segura y feliz. Diversos estudios alegan que esta se desarrolla con mayor frecuencia en entornos de pobreza, falta de educación, mala calidad de vida tanto de los padres como de la comunidad que los rodea, provocando que tengan una autoestima baja y secuelas a lo largo de su vida.

López (2002) explicó en su investigación que esta se produce por entornos familiares violentos, por razones socioeconómicas y costumbres culturales violentas, (que se da en las diversas maneras manejadas por el agresor). No obstante, también se produce por problemas de condiciones particulares en la salud mental, psicológica y física y de contingencias social del infante. (López, 2002, p.17)

Por su parte, Jiménez y Fernández (2016) explicaron que el maltrato infantil es todo comportamiento que por operación u negligencia se produce maltrato psicológico, emocional, físico, del niño y niña, llegando a ser víctima mortal de violencia en el hogar, comunidad y centros de estudios, dificultando su desarrollo de personalidad causados por diferentes factores sociales y culturales. (Jiménez y Fernández, 2016, p.46)

De la misma manera, Wyatt mencionó en Issues in the definition of child sexual abuse in prevalence research, que el abuso infantil son juicios uniformes cuyas variaciones aún se mantienen en la actualidad, contribuyendo en las discrepancias y en la prevalencia del abuso y maltrato infantil discutido en cuestiones legales e históricas relacionada a la larga definición del término “abuso”. (Wyatt, p.231)

Finalmente, Junto (2014) explicó en Psychosocial analysis of child abuse, que el maltrato infantil se emplea en diferentes formas (como castigo físico y psicológico para corregir conductas inapropiadas de los infantes), tomándolo como un plan de disciplina y enseñanza. Por otra parte, el castigo se ha tomado de una manera equivocada de corregir que este conflicto de maltrato en los niños surge en las comunidades, tomándolo como una cultura paternalista. (Junto, 2014, p.2)

- **Así mismo, tenemos como primera dimensión factores psicosociales.**

Los factores psicosociales tienen la capacidad para afectar en el bienestar físico, social y psíquico dentro de un desarrollo. Son susceptibles a provocar daños de salud dentro de una persona o conjunto de personas, afectando su estabilidad y rendimiento frente a una acción determinada, ocasionando riesgos familiares y sociales.

Uribe (2014) definió que los factores psicosociales son predictivos a las condiciones organizacionales y que tiene una probabilidad de tener riesgos de salud que afectaría de forma negativa la tranquilidad en el aspecto psicológico y físico de la persona, causando tensiones, estrés y preocupaciones. (Uribe, 2014, p.45)

Así mismo, Bongers (2002) mencionó en *Are psychosocial factors, risk factors for symptoms*, que están relacionados con los síntomas y trabajos de adversos de extremidades superiores como el estrés, que es una alta percepción de asociación sistemática de las extremidades superiores en los estudios de baja y alta calidad. (Bongers, 2002, p.4).

Von (2004) explicó que los factores psicosociales se presentan en conflictos en los ámbitos de desarrollo de vida (como familia, grupo de amigos, escuela, trabajos) que puede actuar como factores de riesgos e influenciar la conducta o comportamiento de la persona, perjudicando el desarrollo intelectual de la persona afectada. (Von, 2002, p.33)

Finalmente, Sanabria (2010) señaló que pueden ser cuadros visibles que se dan una ingeniosidad del hecho que perciben. Se determina los parámetros de identificación y relación de los factores que conforma la condición necesaria en una cadena de situaciones que producen resultados negativos (que generalmente aparecen ligadas a un fenómeno que produce los factores psicosociales de riesgos). Sin embargo, en una persona o población incrementa la probabilidad de fenómeno crezca y se llegue a formar un alto riesgo.

Al mencionar los factores de riesgos en las conductas antisociales, algunas se caracterizan como ambientales o individuales que desarrollan la posibilidad de la aparición de la conducta. En los factores de riesgos familiares, se encontró la relación entre detención de padre y madre hacia sus hijos con el incremento de conductas auto informadas y antisociales que es causa de los factores de malos comportamiento de los hijos y de tomar factores negativos, como el factor de la delincuencia que aumenta el riesgo del comportamiento de los hijos. (Sanabria, 2010, P.260)

Por lo tanto, como indicador tenemos:

- **Bajo nivel económico**

Se concibe como la capacidad social y económica de la persona o de un núcleo familiar generando la escases de oportunidades de crecimiento de vida ya sea en la alimentación, salud, educación, etc. Ocasiona riesgos inevitables en una sociedad que sufre de una baja economía, falta de oportunidades de crecer como personas y contar con un bienestar seguro.

Gutiérrez (2004) definió que el bajo nivel económico es un espacio rural de los indicadores y elementos de áreas geográficas, desfavorecidas o deprimida en un grado regional o nacional. El modelo económico se apoya de niveles de renta de capital que se sitúa en el nivel más bajo de las agrupaciones que realizan 162.857 dentro de un primer nivel que está muy alejado al régimen provincial, regional y nacional. (Gutiérrez, 2004, p.51)

- **Falta de redes de apoyo**

Las redes de apoyo son mecanismos que brindan protección y oportunidades por organizaciones que ayudan al crecimiento de las personas que sufren de necesidades. La falta de redes de apoyo es la falta de interés de determinadas organizaciones que participan en el crecimiento de las personas o comunidades que sufre de escasez de recursos para vivir en un ambiente sano y con recursos necesarios de vida.

Oca (2006) señaló que las redes de apoyo son espacios sociales que se fortalece en la deficiencia de la creciente pobreza, vulnerabilidad y seguridad social. Dichas redes son visibles en los planeadores de políticas que deben coordinarse con otras redes que tiene los mismos objetivos de mecanismo de acción para formar ayuda diversificadas que engrandezcan las dimensiones de la calidad de vida de los pobladores. (Oca, 2006, p.133)

- **Desempleo**

El desempleo es la falta de trabajo durante una situación de crisis económica o también generado por la falta de educación y aprendizaje de la persona que no le permite contar con un empleo que valide sus necesidades de vida, llevándolos a la preocupación, desesperación y ansiedad. Esto también ocasiona un crecimiento de déficit público y una disminución de demanda afectando los aspectos sociales y psicológicos de las personas.

Pugliese (2000) explicó que el desempleo se refiere a una actitud mental de no asumir responsabilidades ni compromisos que se refleja en una condición estructurada de los desempleados que corresponden al bajo nivel económico y que se presentan en diferentes contextos personales y sociales. (Pugliese, 2000, p.60)

- **Por consiguiente, la segunda dimensión es formación integral.**

Es un proceso de desarrollo continuo y participativo con el fin de buscar y obtener un desarrollo humano, tanto en el aspecto espiritual, cognitivo, corporal, comunicativo y sociopolítico para obtener una mejor formación integral con el objetivo de desarrollar los valores, habilidades y capacidades que tenemos como personas.

Monsalava y Quirós (2010) explicaron que la formación integral es un desarrollo esencial en la vida de las personas (colectividades humanas y culturales) en todos los lugares y tiempos para la formación del desarrollo de aprendizaje, destrezas y habilidades que son un medio de lograr una formación de la persona para ser integral y ser la esencia de ser un humano multidimensional y que su naturaleza se vea constituida como una realidad. (Monsalava y Quirós, 2010, p.13)

De la misma manera, Hernández (2016) indicó que es un desarrollo continuo y representativo que tiene como objetivo proponer conformidad en todo aspecto y que sea ético, espiritual, cognitivo, comunicativo, afectivo y social para lograr un desarrollo en la sociedad. (Hernández, 2016, p.55).

Por consiguiente, Whiteman (2008) explicó en *Integral Training Today for Cross Cultural Mission*, que la formación integral sostiene la capacitación de conocimiento, habilidades, métodos e información de una formación integral de organizaciones para garantizar experiencia específicas y una mejor misión efectiva en las personas. (Whiteman, 2008, p. 5).

Lugo (2007) en cambio, agregó que involucra una representación de aprendizaje para el reforzamiento de la personalidad humana y participativa, ética, responsable, solidaria y con la capacidad de interactuar y reconocer el entorno en donde desarrolla su identidad cultural con el objetivo de iniciar un crecimiento humano a través de una mirada multidimensional de la persona, y procesar sus aspectos de inteligencia, social, emocional, valorar e intelectual.

En esta clase de alineación, los establecimientos educativos asumen una participación tradicional de contribuir con un proyecto de desarrollo y crecimiento de formación integral

de los humanos, integrando las ocupaciones de planteamientos, aspectos didácticos y la afectación de formación. (Lugo, 2007, p.9) Además, sostuvo que involucra la internalización de las actitudes, valores y formas de comportamiento que constituye a la participación de mejoramiento y transformación de las condiciones sociales de las personas (p.11)

Del mismo modo, tenemos como indicador:

- **la falta de educación**

Se entiende como los escasos conocimientos obtenidos por el proceso de la vida que afectan las actitudes, comportamientos y el desarrollo intelectual de la persona. La falta de educación causa la pobreza, las carencias de aprendizaje, materiales, intelectuales del ser humano cohibiéndolos de oportunidades de crecimiento profesional y personal de contar con una calidad de vida estable y feliz.

San José (2003) la definió como la falta de civilización de todo origen en una sucesión de actitudes o comportamientos de las personas. Los enfoques pedagógicos también se inclinan en la balanza de la falta de educación que afirman que, si no educan los padres, lo harán los maestros, que esto es una grave equivocación que causa consecuencias sociales, psicológica, e insuficiencia educativa (San José, 2003, página virtual)

- **Falta prácticas de valores**

La falta de prácticas de valores se generó por la falta de educación en el crecimiento humano sin contar con un desarrollo que le permita conocer, ampliar y aplicar la práctica de valores. Se identifica a la persona de buenos principios y de forma un desarrollo sostenible para ellos mismos. Viscardi (2018) explicó que son unos de los recursos aclaratorios que transita la mayor fuerza en la violencia agrupadas a un contexto educativo. Este problema, también se generó por los adultos que conocieron los relatos de sus padres y el conflicto que tuvieron en ese entonces, que es ahí en donde se perpetúan la falta de valores (Viscardi, 2018)

- **Patrones de crianza**

Los patrones de crianza son desarrollados de generación en generación por los padres que educan y enseñan a sus hijos de una forma que se caracteriza como un círculo familiar diferente a otros, aprendiendo conductas, normas, aspectos positivos hasta negativos. Esta, se va generalizando al pasar del tiempo con un conjunto de patrones de crianza ya establecidos y desarrollados.

Milán (2016) definió que los patrones de crianza es la manera que tiene de responder y reaccionar las emociones, actitudes y conductas de las personas que se establece una interacción social, los patrones de crianza es la interacción de los padres a hijos que se procede del bienestar determinando las futuras relaciones efectivas e interacciones sociales. (Milán, 2016, página web)

- **Por consiguiente, la tercera dimensión es violencia.**

Se entiende por violencia a todo acto de maltrato físico, psicológico y verbal sobre otra persona, ocasionándole daños graves y permanentes. Existen diversos tipos de violencia que se practican sobre las personas más vulnerables como mujeres, niños, ancianos y que se muestran en el ámbito familia, colegios, laboral, comunidad, llegando a ser unas de las problemáticas sociales que afecta al desarrollo del país.

Vásquez (2009) explicó que la violencia es el uso de la fuerza pero no solo de fuerza física, maltratos físicos, sino también en la psicología que produce el daño, como también se le conoce como el abuso de poder. Es decir, que la persona agresora busca eliminar los obstáculos que se oponen a que realice su voluntad con el uso de la fuerza sin medir la gravedad in las consecuencias que se puede producir. (Vásquez, 2009, p.35)

Así mismo, la Organización Mundial de la Salud (OMS) explicó la violencia como inercia intencional del uso de poder físico contra un ser humano, comunidad o grupo; causa traumatismo, trastornos de proceso de la persona, existen diversos tipos de violencia (la violencia juvenil, violencia de la pareja, violencia al niño o ancianos) que produce daños graves o hasta la muerte. (OMS)

Por consiguiente, Oblitas y Perales (2010) destacan en *Research on Violence*, que la violencia es la falta de agenda de limitaciones de descentralización, colaboración y participación de los derechos humanos, que en América Latina y el Caribe 69% de mujeres sufren de violencia dentro de los hogares y que el 80% de niños sufren de maltrato físico y psicológicos (Oblitas y Perales, 2010, p.14)

Finalmente, Manuel, Mijjanovich, Huerta, Campos, Torres, Victor, Vásquez, Vera y Díaz (2013) ratificaron en *Familiar violence, explanatory models of the process through case study*, que la violencia en la actualidad se compone a nivel mundial, ya que es un serio problema sociocultural con énfasis de salud pública, ético-social, que particularmente es

debido a que en el brinda factores socioeconómicos y patrones culturales mal manejados. (Manuel, Mijjanovich, Huerta, Campos, Torres, Victor, Vásquez, Vera y Díaz, 2013, p.23)

De esta manera, tenemos como indicadores:

- **Violencia física**

La violencia física se refiere a todo acto de ocasionar daños utilizando la fuerza física u otros tipos de daños como armamento que es un tipo de maltrato en base de objeto, que puede producir golpes, moretones, heridas. La violencia física se produce en varios ámbitos como el escolar, familiar, en la comunidad o laboral a causas de distintas conductas negativas como el machismo, el alcoholismo, la falta de respeto, la falta de comprensión que existe en un círculo familiar entre otras causas más.

Morrión y Loreto (1999) alegaron que es una forma de violencia doméstica que se basa en estrangulaciones, cachetadas, empujones, golpes, retención contra la libertad en otros más. La violencia física también se caracteriza según la persona que sufre la violencia y en este caso, los más afectado son las mujeres que son víctimas de maltrato por parte de su esposo, que también se conoce como violencia doméstica. (Morrión y Loreto, 1999, p.7)

- **Violencia psicológica**

La violencia psicológica es desarrollada por la marca de la violencia física, ya que se basa en las agresiones verbales. Este tipo de violencia genera consecuencias que afecta la autoestima de la persona, bajando su nivel de ánimos y de amor propio. Otra consecuencia es la jerarquía que es empoderamiento del poder que limitan los derechos y la libertad de la persona, además de ser invisible y mucho más complicado de descubrir.

Rubio (2018) explicó que la violencia psicológica es una mención de la violencia física, ya que causa daños que se va incrementando y robusteciendo en el tiempo. El maltrato psicológico se basa en insultos, ofensas o humillaciones. Esta lesión causa un daño en la víctima que la deja imposibilitada de defenderse, esta forma de maltrato psicológico deja secuelas a corto y largo plazo en las vidas de las personas. (Rubio, 2018, página web)

- **Violencia emocional**

La violencia emocional proviene de la violencia psicológica. Es un tipo de maltrato que se basa en las acciones, el aislamiento, las codependencias, la descalificación de una persona a

otra que daña sus sentimientos, autoestima y salud mental, causando daños graves de la persona como la acumulación de tensiones, la falta de confianza personal, la falta de valores, el suicidio por la falta del sentido de la vida.

UNICEF explicó que puede darse en diversas maneras como amenazar, rechazar, insultar, ignorar, acompañados de maltratos físicos o acosos. La violencia emocional en los niños es efectuada por personas con lo que guarda una relación personal como los padres. Los niños son aterrorizados por sus cuidadores que le causan trastornos graves, ansiedad y desarrollar un trastorno de personalidad. (Unicef, artículo virtual)

- **A continuación, se presentará el problema general y los problemas específicos.**

Problema General

¿Qué relación existe entre una campaña social y la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019?

Problema Específicos

¿Qué relación existe entre los mensajes de una campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019?

¿Qué relación existe entre las piezas gráficas de una campaña social y la formación integral en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019?

¿Qué relación existe entre las estrategias de una campaña social y la violencia en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019?

- **A continuación, se presentará la justificación teórica.**

La presente investigación tiene como fin determinar la relación de una campaña social y apreciación del maltrato infantil durante el mes de septiembre del 2018 a julio del 2019 con el objetivo de conocer los factores y las causas que produce esta problema ya que la investigación se centra en el número de casos de maltrato infantil que son registradas por El Ministerio de la Mujer y Población Vulnerables (MIMP), que cada año existe más casos como este, mismos que aumentan y que no tienen cuando acabar, llevándolo a ser un problema muy importante para la sociedad. Es ahí, cuando las campañas sociales se enfocan en la solución de problema realizando estrategias creativas; fomentación y conocimiento

sobre un problema social, originando que las personas se informen y participen en la solución y protección del niño peruano.

La justificación de mi estudio es conocer la relación y percepción de los comerciantes del mercado “Niño Jesús”, acerca de la campaña social “Únete a la barrera contra la violencia” y maltrato infantil, con el objetivo de conocer las causas principales que originan el maltrato infantil y a la vez conocer los pensamientos, esquemas mentales de los padres que maltratan a su hijos, y del mismo modo, fomentar conciencia ante este problema social y participen de una a otra forma en el cuidado y protección del niño, para así lograr que las familias tengan un método de educación y enseñanza en base de respeto, amor y bienestar para poder disminuir el alto índice de casos de maltrato infantil.

- **Justificación metodológica**

No obstante, también se justifica metodológicamente porque nos apoyaremos en el uso de las encuestas para recoger la opinión de las personas frente a la relación de la campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019, centrado en el mercado “Niño Jesús” ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Con los resultados, pudimos medir la validez y confiabilidad que nos permitió conocer las percepciones y opiniones de las personas encuestadas. Conociendo mediante la investigación las consecuencias y factores que conlleva a que exista maltrato infantil, y a la vez, tener una visión más clara de las opiniones de las personas.

- **Justificación social**

Unos de los fundamentos sociales de la investigación es conocer con claridad los factores que causan el maltrato infantil, así como la importancia que tiene este problema que afecta de manera psicológica, emocional y física al niño y niña; cohibiéndolo de sus derechos y oportunidades de tener una vida tranquila y feliz.

Así mismo, esta investigación también se centra en la importancia de las campañas sociales; mismas que necesita creatividad para poder realizarse y poder llegar de forma efectiva a su público objetivo y a la meta deseada; brindando información, fomentación, concientización y participación ante un problema social, como lo es, el maltrato infantil. Y nosotros cómo

ciudadanos, proteger a los niños de cualquier tipo de violencia, por más mínima que sea, ya que ellos tienen el derecho de tener una vida saludable.

- **A continuación, se presentará la hipótesis general y la hipótesis específicas.**

Hipótesis General

HG: Existe una correlación significativa entre una campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

Hipótesis Específicos

HE1: Existe una correlación significativa entre los mensajes de una campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

HE2: Existe una correlación significativa entre las piezas gráficas de una campaña social y la formación integral en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

HE3: Existe una correlación significativa entre las estrategias de una campaña social y la violencia en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

- **A continuación, se presentará el objetivo general y los objetivos específicos**

Objetivo General

Determinar la relación entre una campaña social y la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

Objetivos Específicos

OE1: Establecer la relación entre los mensajes de una campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

OE2: Especificar la relación entre las piezas gráficas de una campaña social y la formación integral en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

OE3: Determinar la relación entre las estrategias de una campaña social y la violencia en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1. No experimental transversal

Díaz (2006) definió que la investigación no experimental se determina por el manejo y manipulación de las variables independientes. Aquí, se observa el fenómeno naturalmente para después examinarlos. El tipo transversal se domina para poder recolectar los datos en un momento determinado. Su intención es que la variable tenga un interés igual a la investigación. (p.100)

Toro (2006) mencionó que la investigación no experimental es aquella que, sin manipular ninguna de las variables, se puede analizar y recolectar los datos al que se quiere obtener en una investigación donde varían intencionalmente la variable, y la investigación transversal recolectan datos en un solo momento dado con el fin de medir una muestra de una investigación. (p.116)

2.1.2. Enfoque de la investigación

2.1.2.1. Cuantitativo

Bernal (2006) definió que es el método cuantitativo que se establece en la medición y recolección de datos de ciertas características y similitudes de fenómenos sociales, que deriva a un marco conceptual al problema analizado con diversas relaciones estudiadas entre las variables analizadas para llegar a la normalizar y general así los resultados. (p.68).

Mejía (2002) mencionó que se sitúa especialmente hacia los estudios que se presentan únicamente en sistematizaciones de datos y representaciones de la realidad social en el mínimo régimen hacia estudios que desean formular definiciones, que se catalogan datos cuantitativos, ordenan y agrupan las informaciones seleccionadas según las variables de la investigación y es presentada en cuadros estadísticos. (p.66)

2.1.3. Tipo de investigación

2.1.3.1. Descriptivo Correlacional

Moreno (2006) explicó que un estudio descriptivo procura conseguir información acerca del estado actual de los fenómenos. Consecuentemente, alcanza toda la información potencial

acerca del fenómeno, pero de acuerdo con los objetivos del estudio, es establecer los factores o las variables cuya situación pretende analizar.

Gross (2010) definió que en las investigaciones descriptivas correlacionales se describe y estudia lo social, se encarga en determinar el fenómeno o en su entorno indicando por sus características más diferenciadoras y peculiares, con el fin de conocer las actitudes preponderantes, situaciones a través de la representación exacta de las actividades. (p.33)

2.2. Operacionalización de variables

2.2.1 Variable Independiente: Campaña social

Rodríguez (2014) mencionó que las campañas sociales son actividades de comunicación persuasiva que se envían al receptor como su condición al ciudadano. Esto, con la intención de concienciar a la población sobre un tema de interés público y general, ya que con la participación se recibe el mensaje de manera rápida y eficaz (las campañas social permiten conocer mejor el mensaje que se le quiere llegar al receptor). Mayormente los que crean dichas activaciones sociales son las organizaciones o instituciones con el fin de promover la solidaridad con los más necesitados o dar a conocer un problema, por lo cual debe ser conocida y consciente por el ciudadano que lo percibe. (Rodríguez, 2014.p.26)

2.2.2 Variable Dependiente: Maltrato infantil

López (2002) definió que el maltrato infantil se produce por entornos familiares violentos, por razones socioeconómicas y costumbres culturales de forma violentas, (que se da en las diversas maneras manejadas por el agresor), que esto se da a causa de problemas de condiciones particulares de la salud mental, psicológica y física y de contingencias social del infante. (López, 2002, p.17)

2.2.3 Operacionalización

	Dimensiones	Indicadores
	Mensajes	Frases Percepción Eslogan

Campañas Social	Piezas gráficas	Diseño Color Forma
	Estrategias	Conectividad Efectividad Creatividad

Variable 2

Maltrato infantil	Factores psicosociales	Bajo nivel económico Falta de redes de apoyo Desempleo
	Formación integral	Falta de educación Falta prácticas de valores Patrones de crianzas
	Violencia	Físicos Psicológicos Emocional

2.2.4. Operacionalización de las variables

Tabla 1:

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Campaña social	Según Orosco (2010). Las campañas sociales son funciones educativas que va de la mano de la información en los ámbitos en lo que actúa el agente de cambio diferenciar, ya que cumple una función de social educar y concientizar un problema social en la comunidad, desde una perspectiva de publicidad social con el fin de informar de medida adoptante comprenda mejor el sentido del mensaje. (p.24)	Campañas sociales son iniciativas comunicacionales con el objetivo de cambiar la conducta en los ciudadanos, las campañas sociales tienen como misión promover e incentivar actitudes y valores que contribuyan al bienestar y desarrollo de la sociedad	Mensajes	Frases	Ítem 1
				Percepción	Ítem 2
				Eslogan	Ítem 3
			Piezas gráficas	Diseño	Ítem 4
				Color	Ítem 5
				Forma	Ítem 6
			Estrategias	conectividad	Ítem 7
				Efectividad	Ítem 8
				Creatividad	Ítem 9

Maltrato infantil	Según López (2002). El maltrato infantil se produce por entornos familiares violentos, por razones socioeconómicas y costumbres culturales de forma violentas, que se da en las diversas maneras manejadas por el agresor, que esto se da a causa de problemas de condiciones particulares de la salud mental, psicológica y física y de contingencias social del infante. (p.17)	Maltrato infantil se ejerce mediante bastantes vías de violencia como física, psicológica, emocional al niño y niña, cohibiéndolos de sus derechos y oportunidades de tener una vida sana, segura y feliz	Factores psicosociales	Falta de redes de apoyo	Ítem 11
				Desempleo	Ítem 12
			Formación integral	Falta de educación	Ítem 13
				Falta prácticas de valores	Ítem 14
				Patrones de crianzas	Ítem 15
			Violencia	Físicos	Ítem 16
				Psicológicos	Ítem 17
				Emocionales	Ítem 18

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Bernal (2006) definió que la población es un conjunto todas las síntesis de una investigación que se abarca en una totalidad de individuos que tiene ciertas características similares sobre la cuales se desean ser un análisis. (p.48)

Tabla 2:

POBLACIÓN	NÚMERO
Mercado “Niño Jesús” ubicado en la avenida Campoy del distrito de San Juan de Lurigancho.	126

2.3.2 Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalaron: “que es un subgrupo de la población que cuentan con las mismas características o interés, se encarga en la recolección de datos, y que tiene que delimitarse o definirse con exactitud (p.173).

Martell (1983) definió que la muestra se encuentra en todos los componentes de una misma proporción de lote, y que se representa en una homogeneidad para obtener la muestra se toma un lote de población para realizar el análisis de investigación. (p.8)

Tabla 3

Muestra general

Muestra
96 comerciantes

Figura 1: Fórmula de tamaño muestral

$$n = \frac{NZ^2\sigma^2}{(N-1)E^2 + Z^2\sigma^2}$$

Fuente: Elaboración propia.

Donde:

Donde:

- Z: Coeficiente de confianza = 1.96
- σ : Desviación estándar = 0.5
- e: Error máximo = 5 % = 0.05
- N: Tamaño de la población = 126
- Resultado =

Reemplazando valores:

Donde:

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

$$n = \frac{126 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5)^2}{125 (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5)^2}$$

$$\frac{n = 126 \cdot 3.84 \cdot 0.25}{125 \cdot 0.0025 + 3.84 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{120.96}{1.2725}$$

$$n = 95.053986 \quad n = 96$$

La muestra total del presente estudio abarca de 96 comerciantes del mercado “Niño Jesús” en la avenida Campoy del distrito de San Juan de Lurigancho.

Figura 2: Mercado “Niño Jesús”.



Fuente: Propia.

2.3.3 Muestreo

Vivanco (2005) explicó que se caracteriza por utilizar información representativa para describir y explorar características y propiedades de una población determinada, con sustentación encuestas clásicas o psicosocial, basándose en un cálculo de probabilidad de funciones de teorema central, distribución del lugar en donde se realizará el muestreo (p.15)

2.3.3.1. Probabilístico

Cáceres (2007) señaló, el concepto de probabilístico condiciona a considerar cómo se ve afectada de probabilidad de ocurrencia a un suceso que ha ocurrido, poniéndolo como elementos equiprobables, que se pueda calcular mediante datos obtenidos. El espacio probabilístico es un espacio muestral para una investigación cuantitativa. (p.159)

2.3.3.2. Aleatorio simple

Vivanco (2005) definió que el muestreo es una forma de escogimiento de un proceso al azar, es un método monotípico de muestreo que puede realizarse con o sin reposición, ya que es el más elemental de los demás tipos de diseño, por la razón que se hace el informe al analizar la eficacia de los tipos seleccionados que se dio de una forma libre o al azar. (p.69)

2.4 Técnicas e Instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1 Técnica: Encuesta

La presente investigación emplea la técnica de la observación directa en base en encuestas para identificar la relación de la campaña social “Únete a la barrera contra la violencia” y apreciación del maltrato infantil, en el Asentamiento Humano 28 de Julio, distrito de San Juan de Lurigancho.

2.4.2. Instrumento: Cuestionario

El instrumento será un cuestionario, construido con preguntas cuyo objetivo es obtener la información de los resultados. En este caso se formularán 18 preguntas, según la escala Likert, que cuenta con cinco alternativas de: totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo para elección.

2.4.3. Validez

Arango y Edna (2000) definen que es un término de medida en un concepto de validez. Es un instrumento de medición que se hace válido para que se suele necesitar. Por otra parte, la validez también se es un test que se encarga de medir revelando las puntuaciones, la validez nos permite responder el nivel de comportamiento. Sin embargo, debemos tener en cuenta que es un instrumento que está referida a la conducta. (p.45)

2.4.4. Confiabilidad

Acuña (2003) sostuvo que la confiabilidad se utiliza en los principios de cálculos integrales en la utilización de variables aleatoria e independientes en el tiempo de la variable dependiente por medio de la integración de esa función cumpliendo en un periodo de tiempo establecido de confiabilidad que le responde. (p. 96)

2.4.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La fórmula de validez del contenido verifica la muestra de ítems incluida al cuestionario donde incluye las variables, dimensiones e indicadores. La representación del dominio es por pertinencia en donde indica el contenido del test que representa todo el dominio. Por otra parte, la relevancia mide el grado en que cada ítem del test mida un dominio definido, y por consiguiente le proceso mediante jueces, en donde evaluar el contenido de ítems para la continuación del trabajo de investigación.

2.5. Procedimiento

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

Tabla 4

Aprobación de expertos según V Aiken (total)

Mg. Expertos	Aplicable
Mg. Jéssica Lisset Chávez Murga	0,89 (Valido)
Mg. Rodolfo Talledo	0,89 (Valido)
Mg. Rubén Javier Matos Chura	0,89 (Valido)

2.6 Métodos de análisis de datos

2.5.1. Estadísticas

La presente investigación utilizará los siguientes instrumentos estadísticos:

2.5.1.1. Alpha de Cronbach

Oviedo y Campo (2005) definieron al Alpha de Cronbach como una relación que se encarga de medir la confiabilidad del tipo de consistencia de una escala, que evalúa la magnitud de los ítems de un instrumento correlacional, también se concibe en un coeficiente de medir cada ítem, por otra parte, una forma de mejorar el valor de coeficiente de consistencia interna de Alfa de Cronbach es cuando las escala tiene diversos dominios de subescalas que permita hallar el valor esperado de la consistencia (p.574).

Figura 3:

$$a = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sigma_i^2 S}{S_T^2} \right]$$

Fuente: Difusión

K: El número de ítems

Si²: Sumatoria de Varianzas de los ítems

ST²: Varianza de la suma de los ítems

a: Coeficiente de Alpha de Cronbach

2.5.1.2. V de Aiken

Soto y Segovia (2009) explicaron que el V de Aiken en un método de intervalos de confianza que se representa en los límites de una probabilidad de que ocurra una V en una población. Por otra parte, los intervalos de confianza para la cuantificación de validez de contenido, va de la mano con el énfasis de su uso para obtener hallazgo en una investigación y conocer el nivel de utilidad de coeficiente (p.1)

Figura 4:

$$V = \frac{\bar{x} l}{K}$$

V = V de Aiken

X: Promedio de calificación de jueces

K= Rango de calificaciones (Max- Min)

L= Calificación más baja posible

2.5.1.3. RHO de Spearman

Barreto (2011) explicó que la fórmula RHO de Spearman es el coeficiente de correlación que mide la relación entre dos variables, además se encargan de medir las hipótesis, que esto se da cuando el investigador desea saber si las variables son directas o inversamente relacionadas. El coeficiente puede variar mientras y valor absoluto es mayor y más fuerte entre la relación de las variables. (p.2)

Figura 5:

$$r_{tt} = \frac{2r_{nn}}{1 + r_{nn}}$$

rtt= Coeficiente de confiabilidad de las mitades

rhh= Correlación de Spearman entre las dos mitades o los puntajes pares e impares

2.7. Aspectos éticos

El informe de tesis ha sido elaborado con responsabilidad, compromiso y dedicación para cumplir con los objetivos establecidos. Asimismo, la investigación se sostendrá con la información alcanzada de los distintos autores para ambas variables, del mismo modo para la ejecución de encuestas se solicitó la validación de tres profesores de la carrera. Después, se realizó la recolección de datos para obtener los resultados del estudio.

Así mismo, las fuentes bibliográficas han sido alcanzadas por libros, artículos, investigaciones científicas, tesis y revistas, además están citadas de acuerdo a las normas Apa de la Universidad César Vallejo. Cabe resaltar, que la presente investigación se ha realizado para fines académicos, teniendo como objetivo determinar la relación entre el problema y los resultados de la investigación.

III. RESULTADOS

En esta investigación participaron 96 comerciantes del mercado “Niño Jesús” ubicado en la avenida Campoy, del distrito de San Juan de Lurigancho, con la finalidad de determinar la relación entre la campaña social y apreciación del maltrato infantil, 2019.

Tabla 5. Confiabilidad del instrumento: Alpha de Cronbach

La confiabilidad del instrumento se realizó aplicando el coeficiente Alpha de Cronbach, el cual consistió en analizar 18 preguntas dirigidas a los 96 comerciantes de “Niño Jesús”.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.879	18

Tabla 6. Prueba de normalidad para las variables: Campaña social y maltrato infantil

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig.
Campaña social	,111	96	,005
Maltrato infantil	,097	96	,028

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6: Se muestra el análisis de la normalidad para la variable campaña social con el variable maltrato infantil. En estos casos, se encontró que los datos no se ajustan a la distribución normal ($p < 0.05$). Esto indica que para la correlación se debe emplear la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman.

Tomar decisión

En la tabla 6, debido a la distribución normal ($p < 0.05$), se rechaza la hipótesis nula (H_0) se acepta la hipótesis del investigador (H_1). Es decir, con un máximo error del 5%, se afirma que existe una correlación significativa entre la campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019. El grado de correlación entre la campaña social y el maltrato infantil es moderado e inversa (a mayor puntaje de la variable campaña social menor puntaje de la variable maltrato infantil o viceversa).

Tabla 7. Relación entre la campaña social y el maltrato infantil

		Campaña social	Maltrato infantil
Rho de Spearman	Campaña social	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	96
	Maltrato infantil	Coeficiente de correlación	,643**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	96

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7: Se muestra el puntaje promedio de la relación entre la campaña social y el maltrato infantil con un valor de 0,643 que se obtuvo en la muestra de estudio. Alcanzando con una correlación de significancia de nivel 0,01 bilateral.

Tomar decisión

En la tabla 7, debido al p-valor $< 0,001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) se acepta la hipótesis del investigador (H_1). Es decir, con un máximo error del 5%, se afirma que existe una correlación significativa entre la campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019. El grado de correlación entre la campaña social y el maltrato infantil es moderado e inversa (a mayor puntaje de la variable campaña social menor puntaje del variable maltrato infantil o viceversa).

Hipótesis Especifico 1

H_0 : No existe una correlación significativa entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

H_a : Existe una correlación significativa entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

Nivel de significancia

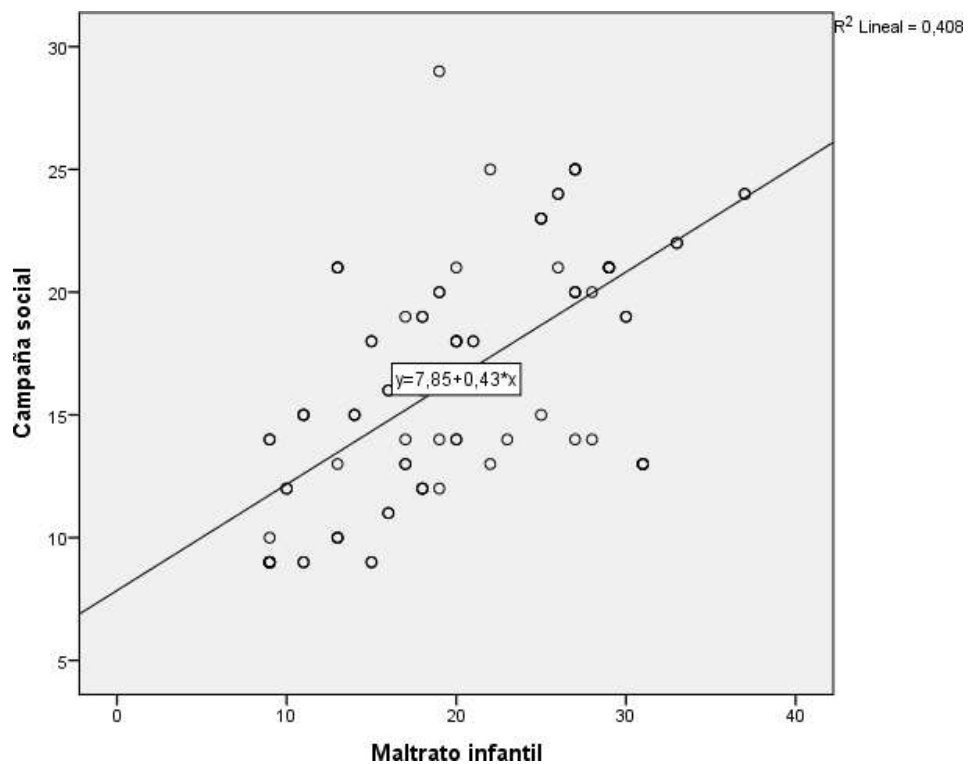
Máximo grado de error que estamos dispuesto aceptar de haber rechazado la hipótesis nula (Ho). La significancia o el error tipo I será el valor convencional del 5% ($\alpha=0,05$).

Estadístico de prueba

La prueba estadística para relacionar variables en este estudio fue el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Lectura del error

El cálculo del error se realizó mediante software estadístico SPSS, resultando un p-valor < 0,001 el cual es inferior a la significancia planteada.



En el gráfico 7, se muestra la relación de la variable campaña social con el variable maltrato infantil. Afirmando que es directamente proporcional; a mayor campaña social las personas van a entender y concientizar el problema del maltrato infantil.

Tabla 8. Relación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales del maltrato infantil.

			Mensajes	Factores psicosociales
Rho de Spearman	Mensajes	Coefficiente de correlación	1,000	,337**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	96	96
	Factores psicosociales	Coefficiente de correlación	,337**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	96	96

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 8: Se muestra el puntaje promedio de la relación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales del maltrato infantil, con un valor de 0,337 que se obtuvo en la muestra de estudio. Alcanzando una correlación de significancia de nivel 0,01 bilateral.

Tomar decisión

En la tabla 8, debido al p-valor $< 0,001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) se acepta la hipótesis el investigador (H_1). Es decir, con un máximo de error del 5%, se afirma que existe una correlación significativa entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales de la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019. El grado de correlación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales del maltrato infantil es moderado e inversa (a mayor puntaje de la variable mensajes de la campaña social menor puntaje de la variable factores psicosociales o viceversa).

Hipótesis Especifico 2

H_0 : No existe una correlación significativa entre la percepción de las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

Ha: Existe una correlación significativa entre la percepción de las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.

Nivel de significancia

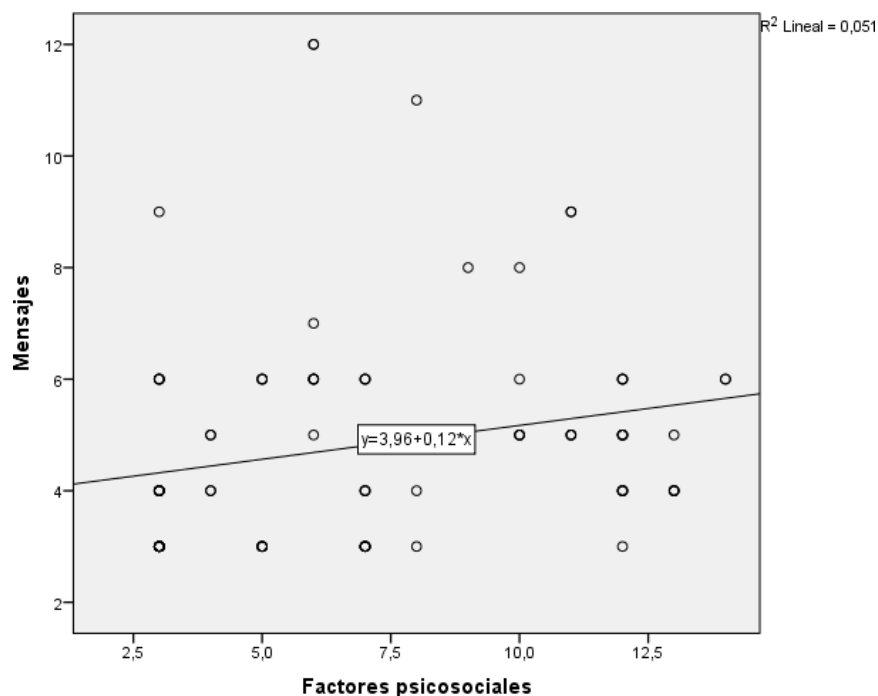
Máximo grado de error que estamos dispuesto aceptar de haber rechazado la hipótesis nula (Ho). La significancia o el error tipo I será el valor convencional del 5% ($\alpha=0,05$).

Estadístico de prueba

La prueba estadística para relacionar variables en este estudio fue el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Lectura del error

El cálculo del error se realizó mediante software estadístico SPSS, resultando un p-valor < 0,001 el cual es inferior a la significancia planteada.



En el gráfico 8, se muestra la relación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales del maltrato infantil. Afirmando que es directamente proporcional; los

mensajes de una campaña social, logro ser entendible para las personas, ya que permitieron conocer los factores psicosociales que originan el maltrato infantil, como lo es, el bajo nivel económico; falta de redes de apoyo y el desempleo.

Tabla 9. Relación entre las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral

			Piezas gráficas	Formación general
Rho de Spearman	Piezas gráficas	Coeficiente de correlación	1,000	,371**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	96	96
	Formación general	Coeficiente de correlación	,371**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	96	96

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 9: Se muestra el puntaje promedio de la relación entre las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral, con un valor de 0,371 que se obtuvo en la muestra de estudio. Alcanzando con una correlación de significancia de nivel 0,01 bilateral.

Tomar decisión

En la tabla 9, debido al p-valor $< 0,001$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis el investigador (H_1). Es decir, con un máximo error del 5%, se afirma que existe una correlación significativa entre la apreciación de las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral del maltrato infantil en una población limeña, 2019. El grado de correlación entre la percepción de las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral del maltrato infantil es bajo e inversa (a mayor puntaje de la variable la percepción de las piezas gráficas de la campaña social menor puntaje de la variable formación integral del maltrato infantil o viceversa).

Hipótesis Especifico 3

Ho: No existe una correlación significativa entre las estrategias de la campaña social y la violencia en la apreciación del maltrato en una población limeña, 2019.

Ha: Existe una correlación significativa entre las estrategias de la campaña social y la violencia en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019

Nivel de significancia

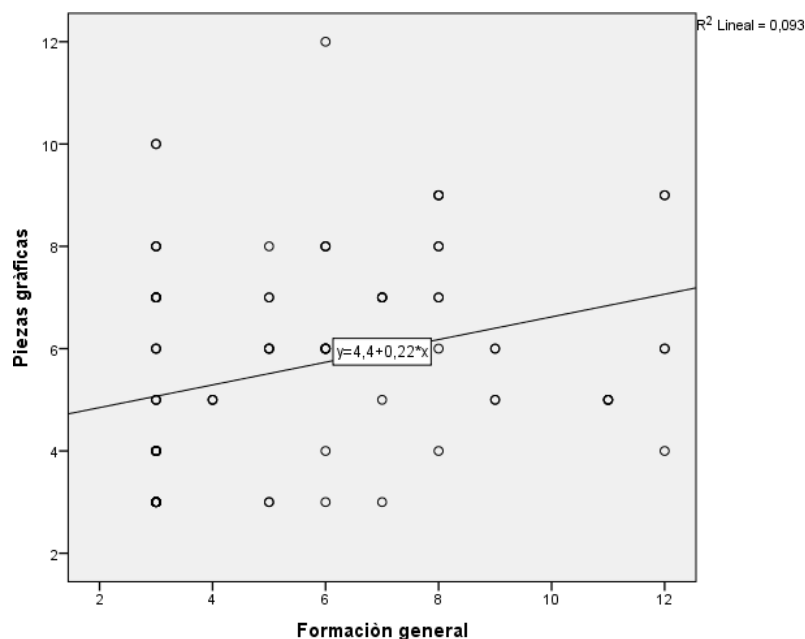
Máximo grado de error que estamos dispuestos aceptar de haber rechazado la hipótesis nula (Ho). La significancia o el error tipo I será el valor convencional del 5% ($\alpha=0,05$).

Estadístico de prueba

La prueba estadística para relacionar variables en este estudio fue el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Lectura del error

El cálculo del error se realizó mediante software estadístico SPSS, resultando un p-valor =0,001 el cual es inferior a la significancia planteada.



En el gráfico 9, se muestra la relación entre las piezas gráficas de la campaña social y la formación integral. Afirmando que es directamente proporcional; Las piezas gráficas de una campaña social logró identificar y reconocer la formación integral que genera maltrato infantil. En este caso, por la falta de educación; de valores y los patrones de crianzas.

Tabla 10. Relación entre las estrategias de la campaña social y la violencia infantil

			Estrategias	Violencia
Rho de Spearman	Estrategias	Coeficiente de correlación	1,000	,549**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	96	96
	Violencia	Coeficiente de correlación	,549**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	96	96

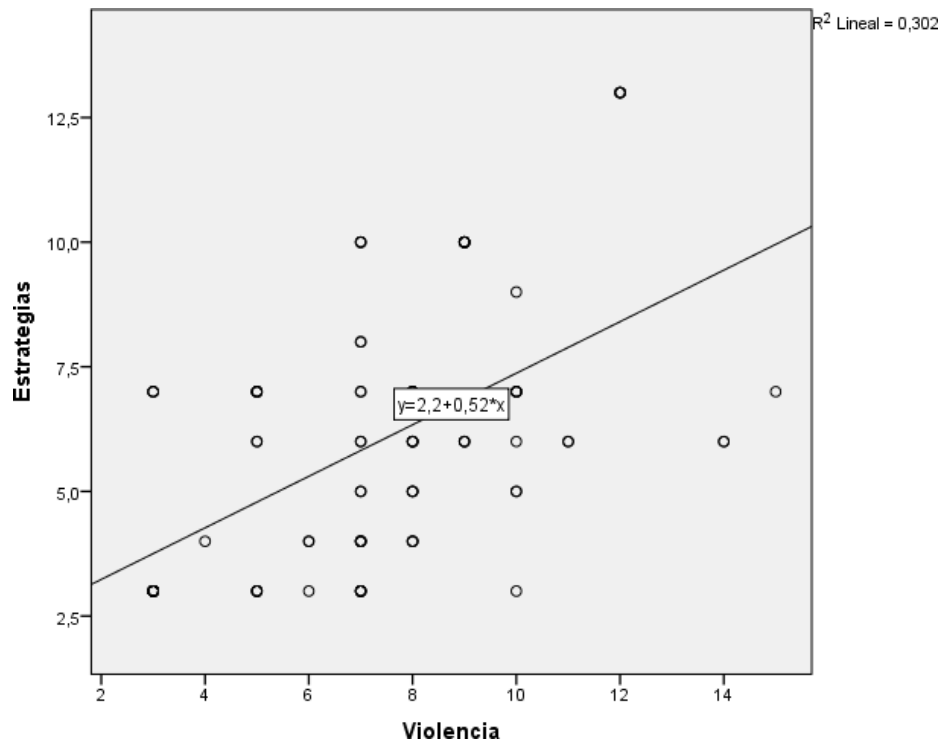
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 10: Se muestra el puntaje promedio de la relación entre las estrategias de la campaña social y violencia infantil, con un valor de 0,549 que se obtuvo en la muestra de estudio. Alcanzando con una correlación de significancia de nivel 0,01 bilateral.

Tomar decisión

En la tabla 10, debido al p-valor = 0,001, se rechaza la hipótesis nula (H_0) se acepta la hipótesis el investigador (H_1). Es decir, con un máximo error del 5%, se afirma que existe una correlación significativa entre las estrategias de la campaña social y la violencia infantil en una población limeña, 2019. El grado de correlación entre las estrategias de la campaña social y la violencia infantil es bajo e inversa (a mayor puntaje de la variable las estrategias de la campaña social menor puntaje de la variable violencia infantil o viceversa).



En el gráfico 10, se muestra la relación de las estrategias de campaña social con la violencia infantil. Afirmando que es directamente proporcional; a mayor sea las estrategias de la campaña social; mayor interés de adquiere en las personas y esto permitirá que participen en la campaña causando concientización y fomentación sobre el problema del maltrato infantil.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados del análisis de la normalidad muestran que el instrumento obtiene una distribución normal ($p < 0.05$), el cual, según se menciona en la interpretación de criterios de los valores de Rho de Spearman, se describe como “baja”. En contraposición, la validez de los ítems resalta que están aptos para establecerlo con la muestra de estudio. Esto, al arrojar cifras de 0,45 y que esto indica que para la correlación de la prueba no paramétrica de correlación Rho de Spearman es aceptable.

- **Discusión sobre la relación de campaña social y apreciación del maltrato infantil.**

En la relación entre la campaña social y la apreciación del maltrato infantil, los resultados arrojan un valor de $< 0,001$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigación con un máximo de error de 5%, afirmando que sí existe una correlación significativa entre la campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña y en este caso, enfocado a 96 comerciantes del mercado “Niño Jesús”, consideran que ayudó a comprender mejor el problema del maltrato infantil que está afectando el país.

De esta forma, se obtiene los mismos resultados de Cajas (2016), quien, en su investigación vinculada a la campaña gráfica para concientizar sobre la violencia infantil, planteó como objetivo realizar campañas gráficas en la que los usuarios de los medios de transporte público entendieran con base en los mensajes cómo se está generando el maltrato infantil en la sociedad, fomentando así conciencia ante este problema social.

Según las gráficas de las preguntas 3, 7 y 8 en donde se deja claro que la campaña social ayudó a comprender y fomentar conciencia sobre el maltrato infantil, como lo estableció Tomba (2018), en su investigación la responsabilidad social de la publicidad: eficacia de las campañas de bien público, que se encargó de determinar los estilos de comunicación más eficaces para fomentar participación y conciencia en el cuidado de los niños.

- **Discusión sobre la relación de los mensajes de la campaña social y la apreciación de los factores psicosociales del maltrato infantil.**

Para esta premisa, se obtiene que la relación de los mensajes de la campaña social y la apreciación de los factores psicosociales del maltrato infantil se acepta la hipótesis de la investigación, afirmando que sí existe una correlación significativas entre los mensajes y los factores psicosociales ya que, en base de los mensajes, se comprobó que los factores psicosociales se da por el bajo nivel económico, la falta de redes de apoyo y el desempleo, contradiciendo así a los antecedentes de Struthers A, Ming W (2016), quién en su

investigación “ Buzz Agents in a Teen – Driven Social Marketing Campaign, concluye que los mensajes de una campaña fomenta conciencia y comportamientos positivos.

En este caso, los mensajes de una campaña social pueden crear diversos aspectos como entendimiento de los factores que generan el maltrato infantil como también, fomentar conciencia y cambios de pensamiento del ciudadano. Asimismo, se suma los aportes de Hee Jin K, Jung Min J (2018), quién en su tesis “The Easier The Better: How Processing Fluency Influences Self- Efficacy and Behavioral Intention in Pro – Social, puso en manifiesto que la fluidez de procesamiento de autoeficacia en el comportamiento de la persona, cambia al participar en una campaña social.

De igual forma, es similar a la teoría de los Efectos Limitados desarrollada por el teórico Paul Lazarsfeld, quien explicó que cada persona a interpretar los mensajes de los medios de comunicación pasando por un filtro de características psicológicas de las personas, para evaluar los hábitos de percepción y recepción. Se incluye así, que cada persona capta el mensaje de diferente forma; como el entendimiento de los factores que causa el maltrato infantil o tomar conciencia del problema que afecta en su sociedad.

- **Discusión sobre la relación de las piezas gráficas de la campaña social y la apreciación de la formación integral del maltrato infantil.**

Llegado a este punto, los datos arrojan la relación de la piezas gráficas de la campaña social y la apreciación de la formación integral del maltrato infantil tiene una correlación significativa, por lo tanto, acepta la hipótesis de investigación tomándolo como “aceptable”, ya que las piezas gráficas de la campaña ayudaron a comprender mejor el problema del maltrato infantil que uno de sus factores que genera este problema es la formación integral que son la falta de educación; falta practica de valores y los patrones de crianza.

Frente a ello, guarda similitud con el modelo de Lasswell (1940), quien explica que el proceso comunicativo, es establecido por una serie de puntos que hacen posible un suceso de comunicación; quién dice que, a quién, por qué canales y con qué efectos. A partir de este contexto, se formula un paradigma definiendo la comunicación como un acto en el que el emisor dirige el mensaje al receptor con una determinada intencionalidad. Como se evidencia en los resultados, las piezas gráficas de la campaña social y la relación de la formación integral del maltrato infantil establece una serie de sucesos de comunicación, ya que,

mencionado anteriormente las piezas gráficas lograron llamar la atención de las personas, por lo tanto, transmitieron de forma efectiva el mensaje.

Sin embargo, no guarda ningún tipo de similitud con el estudio de Bayas (2014), quien en su tesis “Campaña social contra el abuso infantil” comprobó las principales manifestaciones que presenta el maltrato infantil. Más no, las causas que generan el maltrato infantil como lo es la formación integral que se relacionó con las piezas gráficas de las campañas.

Así mismo, concuerda con los resultados de Huanca (2017), quien analizó el maltrato infantil y habilidades sociales en estudiantes. En este estudio demostró que existe una mayor muestra de maltrato infantil ocasionada por la negligencia. Por consiguiente, en el estudio de Ruiz (2016), que planteó campañas sociales de concientización sobre el abandono; utilizando estrategias eficaces como piezas gráficas, colores y diseños para plantear una campaña de concientización de abandono; que se demuestra la determinación del estudio de la relación de las piezas gráfica de la campaña social y la apreciación de la formación integral.

- **Discusión sobre la relación de las estrategias de la campaña social y la apreciación de la violencia infantil.**

Finalmente, los resultados también arrojan que la relación entre las estrategias de la campaña social y la apreciación de la violencia infantil son “aceptables” ya que, se afirma la hipótesis de investigación, con un máximo error del 5%, podemos testificar que existe una correlación significativa entre ambas. Por esa razón, concuerda con el estudio de Huamán (2015), quien en su tesis explicó los factores psicosociales del cuidador asociado al maltrato infantil. Determinando el maltrato infantil en base de violencia física, psicológica y emocional.

Por ello, contradice los resultados de Nacarino (2015), quien explica las causas que genera el maltrato infantil en los niños, analizando los distinto orígenes a comparación del estudio que mediante las estrategias se llegó a determinar el tipo de violencia infantil. Sin embargo, Aliaga (2015), quien en su tesis “El maltrato infantil como elementos de formación integral en los niños, constituye los diferentes elementos que causa la violencia que es por creencias familiares, que ven la violencia un tipo de educación para los niños.

Las preguntas que respaldan esta afirmación son la 15, 16, 17 y 18 de las encuestas realizadas a los comerciantes del mercado “Niño Jesús”, en donde se expresa que la información que les proporcionaron; fue real, reaccionando con una actitud positiva y consciente; afirmando que las estrategias de la campaña le ayudaron a comprender y tomar conciencia ante esta

problemática. También a confirmar que una manera de educación para los niños en base de violencia tanto, física, psicológica y emocional; cohibiéndole de tener una vida saludable.

V. CONCLUSIONES

1. Existe una relación entre una campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña del año 2019, ya que permitió conocer con más claridad el problema del maltrato infantil.
2. Existe una correlación significativa entre los mensajes y los factores psicosociales, ya que los encuestados consideraron que los mensajes de la campaña demostraron que el maltrato infantil es originado los factores psicosociales que se dan a consecuencia del bajo nivel económico; la falta de redes de apoyo y el desempleo.
3. Las piezas gráficas de una campaña social y la formación integral de las personas en una población limeña del año 2019, ayudaron a comprender mejor este problema del maltrato infantil. Con el apoyo de las piezas gráficas de la campaña social se pudo especificar los factores que generan el maltrato infantil. En este caso, es la formación integral a consecuencia de la falta de educación; falta práctica de valores y los patrones de crianza dentro de un círculo familiar.
4. El planteamiento de estrategias que realizó la campaña social ayudó a obtener con más claridad los diferentes tipos de violencias que sufren los niños; como física, emocional y psicológica que ocasiona secuelas en su vida, cohibiéndole de tener un estilo de vida saludable.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que las organizaciones enfocadas a la protección del niño realicen más campañas sociales, ya que es una medida efectiva para que los ciudadanos sepan sobre el maltrato infantil y participen en el cuidado y protección de niño peruano.
2. También, se recomienda que las organizaciones de ayuda y protección del niño realicen más campañas sobre la prevención del maltrato infantil, en donde el mensaje sea claro, conciso y ofrezcan la información necesaria para que la persona, más allá de obtener el mensaje, tenga un conocimiento de las causas y consecuencias de esta problemática social.
3. A medida que se va realizando campañas sociales, se recomienda que amplíen más piezas gráficas ya que es una herramienta eficaz para obtener la atención de la sociedad. Esto, porque brinda un diseño innovador que llama el interés de la persona y porque es una forma de darle a conocer los factores que genera el maltrato infantil.
4. Se recomienda que las estrategias de una campaña social sean más innovadoras, creativas, por la razón que la sociedad observa lo innovador; lo nuevo. Siendo una medida efectiva de que la sociedad conozcan el problema del maltrato infantil, y así, participen en el cuidado y protección del menor.

REFERENCIAS

- Alfonso, Q.P. (2016). Prevención del maltrato infantil: situación de la política pública en Bogotá. (Tesis de pregrado, Pontificia universidad javeriana, Bogotá).Recuperado de:<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/21042/AlfonsoQuinonesPamelaAndrea2016.pdf?sequence=1>
- Aliaga, O.R. (2015).El maltrato infantil como elementos de formación integral en los niños de la familia en el barrio de Azana Chupaca (tesis de magister, Huancayo, Perú) .Recuperado de:
http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/832/TTS_82.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Álvarez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid, 16(4). 28223 pozuelos de Alarcón, Madrid.
- Barreto, C. (2011). Introducción a la estadística no paramétrica. 1(2),1-7.
- Bayas, A, G. (2014). Campañas contra abuso infantil. (Tesis de licenciatura, Universidad casa grande, Guayaquil. Recuperado de: <http://docplayer.es/24634756-Campana-contra-abuso-infantil-proyecto-de-aplicacion-profesional.html>
- Benavides, M.C y Mena, M (2011). Fondo de las naciones unidas para la infancia (UNICEF). Lima, Perú: Editorial: Asociación Grafica educativa.
- Bernal, T.A. (2006). Metodología de la investigación. (2da edición). Colombia. Editorial: Pearson educación.
- Bjorklund, F, D. (1949). Childrens Strategies. Contemporary views of cognitive development. Florida. (Estrategias para niños. Vistas contemporáneas del desarrollo cognitivo. Florida). Editorial: florida Atlantic University.

Bohórquez. (2011). El diseño audiovisual (N 154). Valle, Editorial: entre artes.

Bongers, P. y Kremer A (2002). Are psychosocial factors, risk factors for symptoms and signs of the shoulder, elbow, or hand/wrist?: A review of the epidemiological literatura.American Journal of Industrial (Son los factores psicosociales, los factores de riesgo para los síntomas y los signos del hombro, codo o mano / muñeca ?: Una revisión de la literatura epidemiológica. American Journal of Industrial). Medecine.volumen 41. Pag 315- 324.

Bustos, A.V y Russo, S.A. (2017). Salud mental como efecto del desarrollo psicoafectivo en la infancia. Publicado: 13 de junio 2017. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012401372018000100183&lang=pt

Cáceres, J.H. (2007). Conceptos básicos de estadísticas para ciencia sociales, España, Madrid Editorial sacaryan. S. A

Cajas, M.B (2016). Campaña grafica para concientizar sobre la violencia infantil en el transporte público en Quito. (Tesis de pregrado, Universidad tecnológica Israel, Israel). Recuperado de:<http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1215/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-41.pdf>

Campo, S.D. (2015). Corriente de la Comunicación de masas la Teoría Hipodérmica,1-10.
Casado, F.J; Diaz, H.J y Martines, G.C.(1997). Niños maltratados. Madrid: Ediciones Diaz de santos.s.a.

Cerda, L. J y Villarroel del P,L.(2007).Interpretación del test de Chi-cuadrado (x2) en investigación pediátrica, Recuperado de : https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S037041062007000400010

Christian. (2009). Destreza en la estrategia. Publicado 27 de mayo 2009. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos11/henrym/henrym.shtml>

- Contreras y Vega. M (2016). Buen trato a la infancia: deriva semántica en la producción científica publicada en Latinoamérica, Publicado en diciembre del 2016. Recuperado de:http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S190038032016000200011&lang=pt
- Díaz, N.P. (2006). Metedeologia de la investigación científico y bioestadística. Santiago de Chile
- Domínguez,T ; Quintero,G, A; Hernández y Bravo.B.(2016). El maltrato infantil desde la voz de la niñez. Publicado en enero 2016. Recuperado de:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S200709342016000100195&lang=pt
- Egelund, G.C. (2019). What is original graphics (Qué son los gráficos originales). Recuperado de: <https://www.shopeditions.dk/pages/hvad-er-grafik>
- Eguaras, M. (2015). Piezas Graficas para crear marca y potenciar tu trabajo Publicado el 9 de noviembre 2015. Recuperado de : <https://marianaeguaras.com/piezas-graficas-para-crear-marca-y-potenciar-tu-trabajo/>
- Giberti, E; Garaventa, J y Lamberti, S. (2005). Vulnerabilidad, desvalimiento y maltrato infantil en las organizaciones familiares. Buenos Aires: Ediciones novedades educativas
- Guo. L (2002). Graphic pieces for a border image (Piezas gráficas para una imagen de borde).Texas
- Gutiérrez, P. Estructura del espacio geográfico y político Territoriales en la tierra healiste. Salamanca: Editorial Calatrava
- Hee, J. k, Jung, M. J. (2018). The Easier the Better: How Processing Fluency Influences Self-Efficacy and Behavioral Intention in Pro-Social Campaign (Cuanto más fácil, mejor: cómo la fluidez de procesamiento influye en la autoeficacia y la intención de comportamiento en una campaña pro social).Advertising. *Sustainability*. 10(12).

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S166511462016000400219&lang=pt

Huanca, F.D.(2017). Maltrato infantil y habilidades sociales en estudiantes de institución educativas nacionales de distrito de San Martín de Porres. (Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú).Recuperado de:http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3304/Huanca_FDX.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Indian leadership for indian health.(2015). Social marketing campaigns,publicado en 2015. Recuperado de: <http://www.npaihb.org/social-marketing-campaigns/>

Jimenes, J.T. (2007). Aspectos gramaticales de la frase nomina en español. Santiago: Ediciones Verba.

Junto, S.J. (2014). Psychosocial analysis of child abuse (Análisis psicosocial del maltrato infantil). Unife.volumen 22. Pag 3- Pag 13.

López, D.Y. (2002). ¿Por qué se maltrata al más íntimos? Una perspectiva psicoanalítica del maltrato infantil. Bogotá Editorial: colección sede

Lugo, R.L. (2007). Formación integral: desarrollo intelectual, emocional, social y ético de los estudiantes, 1- 13

Manuel, A. Mijjanovich, C. Huerta, R. Campos, E. Torres, S. Victor, A. Vásquez, M. Vera K. y Díaz, G.(2013).Familiar violence: explanatory models of the process through case study (Violencia familiar: modelos explicativos del proceso a través del estudio de caso) . [Revista de Investigación en Psicología. Vol. 16 Núm.](#) Pag 1 – Pag 16.

Martell, C. (1983). Técnicas de muestreo. Costa Rica: Editorial: Ciat

Milán, A. (2016). Los estilos de crianza y su influencia en el comportamiento de los hijos. Publicado 11 de julio 2016.Recuperado de: <https://www.hacerfamilia.com/educacion/noticia-estilos-crianza-influencia-comportamiento-hijos-20160711124004.html>

- Millán, T. (2002). Modelos y Teorías de la Comunicación, Universidad de Lodres,93(50), Londres
- Morelato. (2010) Maltrato infantil y desarrollo: Hacia una revisión de los factores de resiliencia ,1(1),1-13
- Moreno, G.B. (2000). Introducción a la Metodología de la investigación educativa II. (2da edición). Mexico.Editorial progresora S.A
- Morrison, R. A y Loreto, M. (1999). El costo del silencio violencia doméstica en las Américas. New York: Editorial Banco interamericano de desarrollo.
- Mouesca, J. (2016). Child maltreatment prevention: the pediatrician's role. Part 2. Prevention before it happens, when suspected and when abuse is confirmed (Prevención del maltrato infantil: el papel del pediatra. Parte 2. Prevención antes de que suceda, cuando se sospeche y cuando se confirme el abuso) .Publicado en febrero 2016.Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S032500752016000100011&lang=pt
- Muñoz, M.Y. (2001). Textos de administración. Colombia: Editorial Universidad EAFIT
- Nacarino, A.D. (2015). Causa que genera del maltrato infantil en los niños usuarios del área de la defensoría municipal distrital de Guadalupe (Tesis de pregrado, Universidad nacional de Trujillo, Trujillo, Perú). Recuperado de <http://dspace.untru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3025/NACARINO%20ABANTO%20Diana%20Patricia%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Notejane, M; Bernadá, M y Gonzales, A. (2017). Niños asistidos en la unidad de cuidados paliativos pediátricos del centro hospitalario Pereira Rossell por lesiones de “Causas externas”. Año 2008-2016. Publicado: 28 de marzo 2017. Recuperado de: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S168812492017000300149&lang=pt

- Oblitas Bejar B, Perales Cabrera A. (2010). Research on Violence, investigaciones sociales (Investigación sobre la violencia, investigaciones sociales.) , pag 1- pag 21.
- Orozco y Ferre. P. (2015). La difusión de las causas sociales y su impacto en percepción de la imagen de marca. El caso español de Televisión de Catalunya. Publicado en junio del 2015. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2015000100009
- Oviedo, C y Campo, A. (2005). Metodología de la investigación y lectura crítica de estudios, 1(574), 1-580.
- Papalia D. F. (1992) “Desarrollo Humano”; Editorial Luz M. Rodríguez A. Cuarta Edición, Bogotá, Colombia
- Pascual, R. (2006). Fundamento de la Comunicación Humana, Editorial Club Universitario
- Peng, M. W. (2009). Global Strategy (Estrategia global). Australia. Editorial: South Western
- Philip, K. y Armstrong, G. (1995). Fundamentos del marketing (6ta ed). México: Editorial Pearson Educación
- Polanco, J.A. (2008). Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad? (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá). Recuperado de: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis187.pdf>
- Rodríguez, C.J. (2014). La publicidad como herramienta de las distintas modalidades de comunicación persuasiva, 1(1), 1-9
- Rubio, M.A. (2018). Que es la violencia psicológica. Publicado 5 de febrero 2018. Recuperado de: <https://www.anamib.com/anamib-en-la-prensa/como-detectar-la-violencia-psicologica/>
- Ruiz, R.T. (2016). Campaña social concientización sobre el abandono del adulto mayor. Universidad peruana de arte, 1(3), 1-3

SanJose,A.El síndrome de “la falta de educación” recuperado de:
<https://www.aciprensa.com/recursos/el-sindrome-de-la-falta-de-educacion-423>

San Juan, P.J. (1992). La representación social de los malos tratos y el abandono infantiles. Anuario de Psicología. Barcelona,1(1),1-10

Sanabria, M.A. (2010). Psychosocial risk factors associated with problem behaviors in young offenders and non offenders (Factores de riesgo psicosocial asociados con conductas problemáticas en delincuentes juveniles y no delincuentes),vol 6, 1(1)

Segovia, L.J y Soto, M.C. (2009). Intervalos de confianza asimétricos para el índice la validez de contenido: Un programa visual Basic para la V de Aiken, 1(1), 1-3.

Share, A. (2019). Article Message.Wikimedia Foundation

Smith, S. W, Atkin, D. K Y Larry Hembroff, R . (2006). A Social Judgment Theory Approach to Conducting Formative Research in a Social Norms Campaign (Un enfoque de la teoría del juicio social para realizar una investigación formativa en una campaña de normas sociales). *Communication Theory*, Volume 16. Pages 141–152.

Struthers,A y Ming, W.(2016).Buzz Agents in a Teen-Driven Social Marketing Campaign: Positive Campaign Attitude Leads to Positive Changes in Health Outcomes (Agentes de Buzz en una campaña de mercadeo social dirigida a adolescentes: la actitud positiva de la campaña conduce a cambios positivos en los resultados de salud). Social Marketing Quarterly.vol. 22,3. pp. 218-235.

Tomba, F.C; Muñoz, M.C y Allisiardi,A.A, A.A.(2018).La responsabilidad social de la publicidad: eficacia de la campañas de bien público. Universidad Juan Agustín Maza, 1(1), 1-136.

Unserstand media. (2005). All media messages are “constructed” (Todos los mensajes de los medios están “construidos”). EUDE European business school. Recuperado de:
<https://understandmedia.com/media-literacy-basics/14-core-concept-1-all-media-messages-are-constructed>

Uribe, P.J. (2014). Clima y ambiente organizacional trabajo, salud y factores psicosociales. México, Editorial: Manual moderno

Vega, A y Núñez, U, (2017). experiencias adversas en la infancia: Revisión de su impacto en niños de 0 a 5 años, Publicado 13 de febrero 2017. Recuperado de:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S166570632017000200124&lang=pt

Velázquez, M.J. (2001). Curso elemental de psicología. New York: Editorial Selector

Viscardi, N. (2018). La “pérdida de valores” y la violencia en la educación: acerca de la necesidad de cuestionar algunas claves interpretativas. Publicado 25 enero 2018. Recuperado: <https://educacion.ladiaria.com.uy/articulo/2018/1/la-perdida-de-valores-y-la-violencia-en-la-educacion-acerca-de-la-necesidad-de-cuestionar-algunas-claves-interpretativas/>

Vivanco. (2005). Muestra estadística, San Tiago de Chile, Editorial: universitaria

Wenceslao, J.G. (2007). Las ciencias de diseño racionalidad limitada, predicción y prescripción. España: Editorial@netbiblo.com

Wenhan, M. (2011). Entender el arte. España: Editorial GRAÓ

Whiteman, D. (2008). Integral Training Today for Cross (Entrenamiento integral hoy para cross), Cultural Mission. Missiology: An International Review. Volumen 36, Pag 5- Pag 16.

Wyatt, G. y Doyle, P. (1986). Issues in the definition of child sexual abuse in prevalence research(Problemas en la definición de abuso sexual infantil en la investigación de prevalencia). El Sevier. Volumen 10. Pag 231- Pag 240.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia

Título: Relación de una campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019				
Autora: Fabiola Beatriz Montesinos Villar				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES Campaña social	
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Dimensiones	Indicadores
¿Qué relación existe entre la campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019?	Determinar la relación entre la campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.	Existe una correlación significativa entre la relación de la campaña social y apreciación del maltrato infantil en el Asentamiento Humano 28 de Julio, San Juan de Lurigancho.	Mensajes	Frases Percepción Eslogan
			Piezas gráficas	Diseño Color Forma
			Estrategias	Conectividad Efectividad Creatividad
Problema Específicos	Objetivo Específicos	Hipótesis Específicos	VARIABLES E INDICADORES Maltrato infantil	
			Dimensiones	Indicadores

<p>¿Qué relación existe entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe las piezas graficas de la campaña social y la formación integral en la apreciación maltrato infantil en una población limeña, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre las estrategias de la campaña social y la violencia en la apreciación infantil en una población limeña, 2019?</p>	<p>Establecer la relación entre los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.</p>	<p>Existe una correlación significativa entre la los mensajes de la campaña social y los factores psicosociales en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.</p>	Factores psicosociales	<p>Bajo nivel económico</p> <p>Falta de redes de apoyo</p> <p>Desempleo</p>
	<p>Especificar la relación entre las piezas graficas de la campaña social y la formación integral del maltrato infantil en una población limeña, 2019.</p>	<p>Existe una correlación significativa entre la percepción de las piezas graficas de la campaña social y la formación integral del maltrato infantil en una población limeña, 2019.</p>	Formación integral	<p>Falta de educación</p> <p>Falta prácticas de valores</p> <p>Patrones de crianzas</p>
	<p>Determinar la relación entre las estrategias de la campaña social y la violencia en la apreciación del maltrato en una población limeña, 2019</p>	<p>Existe una correlación significativa entre las estrategias de la campaña social y la violencia i en la apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019.</p>	Violencia	<p>Físicos</p> <p>Psicológicos</p> <p>Emocional</p>

Anexo 2. Instrumento Evaluación

CUESTIONARIO

Nombres y Apellidos: _____		DNI: _____		Ocupación: _____	
Género: Femenino <input type="checkbox"/>		Masculino <input type="checkbox"/>		Fecha: _____ Huella Digital	
				<input type="text"/>	

INSTRUCCIONES: Lee cada una con mucha atención; luego, marca la respuesta que mejor te describe con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

OPCIONES DE RESPUESTA:

TA = Totalmente de acuerdo

DA = De acuerdo

NN = Ni de acuerdo ni desacuerdo

ED = En desacuerdo

TD = Totalmente en desacuerdo

Nº	PREGUNTAS	T A	DA	NN	E D
1.	La frase "Si no lo haces aquí, no lo hagas en casa" le ayuda a comprender la campaña social.	T A	DA	NN	E D
2.	Los eslóganes de "Únete a la barrera contra la violencia" le ayudaron a tener una idea clara de campaña social	T A	DA	NN	E D

3.	De acuerdo al mensaje de la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" se sumaría a esta campaña de protección de los menores	T A	DA	NN	E D
4.	El diseño de la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" fue llamativa	T A	DA	NN	E D
5.	El uso de los colores de la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" le permitió conocer mejor la campaña	T A	DA	NN	E D
6.	La forma cómo se dio a conocer la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" fue divertida.	T A	DA	NN	E D
7.	La campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" tuvo conexión con el problema del maltrato infantil.	T A	DA	NN	E D
8.	Fue efectiva la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" para entender el problema del maltrato infantil.	T A	DA	NN	E D
9.	Considera que la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" fue creativa.	T A	DA	NN	E D
10.	El bajo nivel económico incide en el aumento del maltrato infantil en los hogares	T A	DA	NN	E D
11.	El desempleo de los padres causa maltrato infantil	T A	DA	NN	E D
12.	La falta de redes de apoyo social impide que disminuya el maltrato infantil	T A	DA	NN	E D
13.	Un factor del maltrato infantil es la falta de la educación de los padres	T A	DA	NN	E D
14.	El maltrato infantil se debe a la falta de prácticas de valores en los hogares	T A	DA	NN	E D
15.	Los patrones de crianza en el hogar provocan el maltrato infantil	T A	DA	NN	E D
16.	Justifica el uso de la fuerza o violencia física en la educación	T A	DA	NN	E D

17.	El maltrato psicológico es igual al maltrato físico	T A	DA	NN	E D
18.	La educación de los niños se ve afectado por el maltrato infantil	T A	DA	NN	E D



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

16	El maltrato físico es una adecuada manera de educar a los niños				X							X	
17	El maltrato psicológico tiene el mismo peso que el maltrato físico					X						X	
18	La educación de los niños se ve afectado por el maltrato infantil											X	
													Sugerencias

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

																			Sugerencias
16	El maltrato físico es la manera adecuada para educar a los niños				X				X									X	
17	El maltrato psicológico es igual al maltrato físico				X				X									X	
18	La educación de los niños se ve afectado por el maltrato infantil				X				X									X	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg:

Talledo Sanchez Rodolfo

DNI: 4522740



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Especialidad del

validador:.....

.....de..... del 201

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

*Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante,
Especialidad



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide campaña social y maltrato infantil
 Título: Percepción de la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" y maltrato infantil en una población limeña, 2018

N°	VARIABLE 1: CAMPAÑA SOCIAL	Pertinencia Relevanci		Claridad			Sugerencias
		1	a²	3	3	3	
	DIMENSIÓN 1: Mensaje	M D A	M D A	M D A	M D A	M D A	
1	La frase "Si no lo haces aquí, no lo hagas en el barrio" le ayuda a comprender la campaña social.		X			X	
2	Los eslóganes de "Únete a la barrera contra la violencia" le ayudaron a tener una idea clara de campaña social		X			X	
3	La interpretación de la campaña "Únete a la barrera contra la violencia" tuvo una aceptación positiva		X			X	
	DIMENSIÓN 2: Pieza Gráfica						
4	El diseño de la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" fue llamativa		X			X	
5	El uso de los colores de la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" permitió conocer mejor la campaña		X			X	
6	La forma de cómo se dio a conocer la campaña social "Únete a la barrera contra la violencia" fue divertida		X			X	
	DIMENSIÓN 3: Estrategias						



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

16	El maltrato físico es la manera adecuada para educar a los niños										X	
17	El maltrato psicológico es igual al maltrato físico										X	
18	La educación de los niños se ve afectado por el maltrato infantil										X	
												Sugerencias

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg): Shirley Mueya Jessica Jiraset

DNI: 46247483



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Especialidad del

validador: *Francisco Sánchez*

..... de Abril del 2019

- 1- Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
- 2- Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- 3- Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

[Firma manuscrita]

Firma del Experto Informante.

Especialidad



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Mg. Mercedes RIVERA

DNI: 40521574

Especialidad del

validador: Psicología

24 de 04 del 2019

- *Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- *Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo.
- *Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 4. Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
-------------------------------------	--	---

Yo, Adolfo Manuel Medrano Carbajal, docente de la Facultad de Ciencias de la comunicación y Escuela Profesional Ciencias de la comunicación de la Universidad César Vallejo Lima este, revisor de la tesis titulada

"Relación de una campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019", de la estudiante Fabiola Beatriz Montesinos Villar, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de julio de 2019

.....
Firma

Adolfo Manuel Medrano Carbajal

DNI: 06294067

Anexo 6. Fotos de encuestas



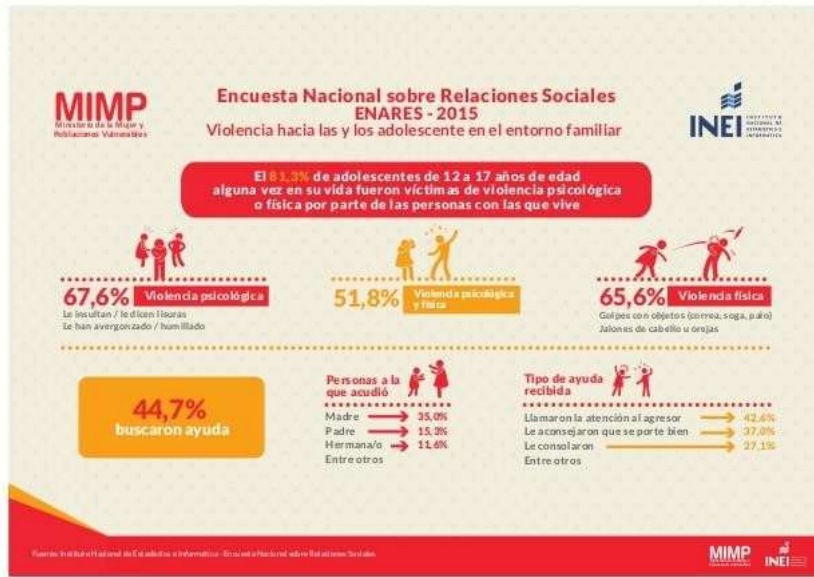


}



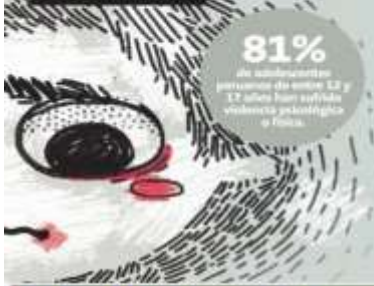


Anexo 7. Data de estudio



Detengamos

la violencia en la niñez



81%

de adolescentes paraguayos de entre 12 y 17 años han sufrido violencia psicológica o física.

Encuesta Nacional sobre Relaciones Sociales 2015

Casos de violencia contra niños y adolescentes atendidos por los Centros de Emergencia Mujer

ATENCIÓNES SEGÚN GRUPO DE EDAD		
De 0 a 5 años	3.300	18%
De 6 a 11 años	14.300	40%
De 12 a 17 años	21.600	42%
Total	37.600	100%

ATENCIÓNES SEGÚN TIPO DE VIOLENCIA		
Económica	114	0,4%
Psicológica	22.000	45%
Física	10.000	31%
Sexual	2.900	21,6%
Total	37.600	100%

ATENCIÓNES SEGÚN SEXO Y ASES		
Total de mujeres	65% (17.992)	
Total de hombres	35% (9.698)	
Total	27.690	

42% de las personas mujeres de 18 años o más que el castigo físico puede ser bueno si se realiza sin lesionar al niño o adolescente.

28.6% consideran que el castigo físico tiene efectos positivos en la crianza de los niños y adolescentes.

16.4% creen que el castigo físico se puede aplicar para corregir a un niño cuando deja de ser bebé.

50.2% de las personas consideran que los padres son los únicos que tienen derecho a castigar físicamente a sus hijos.

36.1% están de acuerdo con que los padres castiguen físicamente a sus hijos si se tratan en condiciones, tratan con frecuencia o creen algo que no les pertenece.

Niños de 9 a 11 años que alguna vez fueron víctimas de violencia
Si 73.3%
No 26.7%

Adolescentes de 12 a 17 años que alguna vez fueron víctimas de violencia
Si 81%
No 19%

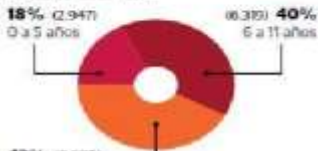
El maltrato a niños y adolescentes en cifras

Violencia contra niños y adolescentes

CASOS ATENDIDOS

En el 2018 / enero a mayo

TOTAL **15.951**



42% (10.685)

12 a 17 años

POR GÉNERO

En el 2018 / enero a mayo



Hombre

Mujer

EVOLUCIÓN DE CASOS REGISTRADOS

5.609
2013

6.040
2014



POR TIPO DE VIOLENCIA

En el 2018 / enero a mayo



FUENTE: EMMP

15.951
2018

10.720
2017

7.955
2016

8.318
2015

Las cifras de la violencia

¿Son los niños, niñas y adolescentes los más maltratados? De acuerdo con la encuesta ENARES del INEI aplicada en el año 2015, el 81,3% de adolescentes de 12 a 17 años de edad fueron víctimas de violencia psicológica o física por parte de las personas con las que viven alguna vez en su vida. El 65,6% fue víctima de violencia física. Esto evidencia una cifra sumamente alta, que nos indica que la violencia es una condición muy frecuente y extendida más que en cualquier otro grupo vulnerable.

Así también, el 73,8% de niñas y niños de 9 a 11 años de edad, alguna vez en su vida fueron víctimas de violencia psicológica o física por parte de las personas con las que vive. El 58% sufrió violencia física que consiste en golpes con objetos (correa, sogá, palo), jalones de cabello u orejas, cachetadas o malgadas, pateados, mordidos o puñetazos. La citada encuesta también abordó la violencia que sufren los niños y niñas entre pares y en el entorno escolar y se encontró que el 75% fue afectado por este tipo de violencia que ocurre en el salón de clase, en el patio o también fuera del horario de clase. Esto último nos evidencia una situación de **polivictimización**, donde se puede apreciar que los niños, niñas y adolescentes son víctimas de maltrato dentro y fuera de sus hogares.

81,3% de adolescentes de 12 a 17 años de edad fueron víctimas de violencia psicológica o física por parte de las personas con las que viven alguna vez en su vida.

Atención especial hay que ponerle a la violencia psicológica o emocional que se traduce en hablarles con gritos, ponerles apodos, culparlos, burlarse, asustarlos, amenazarlos. Muchas veces esto se convierte en una forma cotidiana y sistemática de relación entre adultos cuidadores y niños/as que no es considerada como violencia, por lo mismo que tampoco se toma conciencia de los daños que genera.

La encuesta no ha abordado la violencia en los niños y niñas menores de 5 años; sin embargo la literatura señala que **usualmente son los más**

3,519 son menores de 5 años, quienes fueron víctimas de violencia económica, psicológica, física y sexual.

Casos de niños, niñas y adolescentes atendidos en los CEM (enero-junio 2018)

Tipo de Violencia	Total		0-5 años		6-11 años		12-17 años	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Económica	117	1%	31	1%	42	1%	44	1%
Psicológica	8.828	47%	1.890	54%	3.884	51%	3.154	39%
Física	6.158	32%	1.273	36%	2.460	32%	2.425	30%
Sexual	3.872	21%	325	9%	1.212	16%	2.435	30%
Total	18.175	100%	3.519	100%	7.588	100%	8.058	100%

1) Todos los cuadros están referidos a casos nuevos, ingresos, reincidencias, devoluciones y continuaciones.

En lo referente (Play) a la violencia familiar, los datos del Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual evidencian que son los padres y madres quienes ejercen el papel de maltratadores en cada una de las formas de violencia, incluido el abuso sexual. Lo grave de esto, es que las personas adultas muchas veces no son conscientes del abuso que cometen porque piensan que simplemente están ejerciendo un supuesto derecho de corregir o controlar a sus hijos e hijas. Muchos inclusive hacen alusión a las formas de castigo que recibieron en la infancia y destacan el valor correctivo de los mismos: "Así me educaron a mí".

Principal Persona Agresora del Niño, Niña y Adolescente por Grupos de Edad según Tipo de Violencia

Tipo de Violencia	0-5 años		6-11 años		12-17 años	
	Principal Agresora	%	Principal Agresora	%	Principal Agresora	%
Física o Sexual	Madre/Padre	100%	Madre/Padre	95%	Madre/Padre	98%
Psicológica	Madre/Padre	92%	Otros (2)	2%	Otros (2)	34%
	Otros (2)	8%	Otros (2)	13%	Otros (2)	26%
Física	Madre/Padre	92%	Madre/Padre	95%	Madre/Padre	94%
	Otros (2)	8%	Otros (2)	15%	Otros (2)	36%
Sexual	Madre/Padre	19%	Tota	18%	Vicinos	13%
	Otros (2)	81%	Otros (2)	82%	Otros (2)	87%

1) Todos los cuadros están referidos a casos nuevos, ingresos, reincidencias, devoluciones y continuaciones.

2) Persona agresora diferente a madre/padre.

3) Persona agresora diferente a vicino.

Fuente: Reporte de casos de CEM

Embarcador: LINDO - PROTE

El 34 por ciento de los padres peruanos consideran que la violencia es una herramienta necesaria para educar a los niños.

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables de Perú advirtió este martes que se han atendido más de 16.000 casos de maltrato infantil durante el 2018, lo que indica un aumento del 50 por ciento de la violencia contra los niños en el país, en comparación con las cifras registradas en 2017.

La encargada de la Adjuntía para la Niñez y Adolescencia de la Defensoría del Pueblo, Matilde Cobeña, explicó que la mayoría de los niños peruanos sufre alguna forma de maltrato físico, psicológico y sexual por parte de algún familiar.

"Los índices de violencia son muy altos. El año pasado los Centros de Emergencia Mujer atendieron más de 30.000 casos de violencia de todo tipo contra la niñez, lo que incluye violencia física, violencia sexual, violencia psicológica", alertó Cobeña.



Más de 30.000 casos de violencia infantil fueron reportados durante el 2017 en Perú. Foto: EFE

La cultura del maltrato

El 20 por ciento de los peruanos considera necesario reprimir a los niños con golpes físicos, por lo que el 31 por ciento de los padres y el 39 por ciento de las madres emplea esta técnica para educar a sus hijos, según cifras de la Encuesta Nacional de Hogares 2015.

Asimismo, el 44 por ciento de los niños y adolescentes creen que sus representantes tienen el derecho de propinarles golpes como correctivos.

Por su parte, el activista peruano Abel Daza, quien además fue víctima de violencia infantil, subrayó que en el país se concibe el maltrato como algo positivo para la crianza de los niños, no solo en el núcleo familiar sino también en la escuela.

"Perú es uno de los países en donde todavía el maltrato es aceptado como algo positivo (...) es visto como algo bueno para la educación de los hijos", apuntó Daza.

El país andino es uno de las naciones registra uno de los índices más altos de maltrato y vulnerabilidad infantil en el mundo, donde el 73,4 por ciento de los adolescentes han sufridos hostilidades por parte de sus progenitores.

Esta realidad también la evidencian las cifras: según el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), entre enero y mayo del 2018 se atendieron 15.951 casos de violencia contra menores en los centros de emergencia mujer (CEM) de todo el país; cifra mayor en un 49% a lo observado en el mismo periodo del año anterior (10.720).

La mayoría de los casos (de maltrato infantil) atendidos corresponde a violencia psicológica y física. Ambos tipos de maltrato representan más del 80% de las denuncias en niños; mientras que en adolescentes llega al 70%. Sin embargo, este último grupo registra la tasa más alta de agresiones sexuales, que bordean el 30% del total.

Hay que cuidar a la niñez. El Perú vive un incremento del maltrato infantil, según datos del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, entre enero y mayo de este año, se han registrado casi 16.000 casos de violencia contra menores, un 50 % más que en el mismo periodo del 2017.

Detalle de confiabilidad de los ítems (V de Aiken)

Tabla 4:

Validez vasado en el contenido a través de la V de Aiken

N° Items		\bar{X}	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 2	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 3	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 4	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 5	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 6	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 7	Relevancia	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Pertinencia	3.66666 7	0.5 8	0.89

	Pertinenci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Relevanci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 8	Pertinenci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Relevanci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 9	Pertinenci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Relevanci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 10	Pertinenci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Relevanci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 11	Pertinenci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Relevanci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
Item 12	Pertinenci a	3.66666 7	0.5 8	0.89
	Claridad	3.66666 7	0.5 8	0.89

Base de datos de las variables

SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventanas Ayuda

1 Mensajes1 1 Hoja: 28 de 28 variables

	Mensajes_1	Mensajes_2	Mensajes_3	Piezas_g_rificas1	Piezas_g_rificas2	Piezas_g_rificas3	Estrateg_ias1	Estrateg_ias2	Estrateg_ias3	Factores_paisococi_ales1	Factores_paisococi_ales2	Factores_paisococi_ales3	Fernacio_n1	Fernacio_n2	Fernacio_n3	V
1	5	1	1	1	2	1	1	3	1	4	2	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	1	3
5	2	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	2	1	1	2	4	2	2	2	2	1	1	2	1	2	5	5
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
9	3	1	2	2	3	2	3	2	3	5	4	4	4	2	1	1
10	1	2	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1
11	2	2	1	2	2	5	2	2	3	3	5	3	2	2	4	4
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2
14	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
15	2	1	1	1	1	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4
16	2	1	1	2	2	3	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4
17	1	1	1	1	1	1	4	2	1	2	2	3	1	1	1	3
18	1	1	1	2	2	2	1	3	3	2	2	1	1	1	1	1
19	2	2	1	2	1	2	2	2	2	5	3	3	4	4	4	4
20	2	2	1	4	3	3	2	1	1	3	4	2	1	1	1	1
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON 18:47 06/07/2019

SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventanas Ayuda

1 Mensajes1 1 Hoja: 28 de 28 variables

Número	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Pérdido	Columnas	Alineación	Medida	Rot
8	Estrategias2	Numérico	1	0	Fue efectiva la...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
9	Estrategias3	Numérico	1	0	Considera que L...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
10	Factores_p...	Numérico	1	0	El bajo nivel ec...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
11	Factores_p...	Numérico	1	0	El desempleo d...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
12	Factores_p...	Numérico	1	0	La falta de red...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
13	Fernacion1	Numérico	1	0	Un factor del m...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
14	Fernacion2	Numérico	1	0	El maltrato inf...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
15	Fernacion3	Numérico	1	0	Los patrones d...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
16	Violencia1	Numérico	1	0	Justifica el uso...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
17	Violencia2	Numérico	1	0	El maltrato psic...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
18	Violencia3	Numérico	1	0	La educación d...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
19	campaña_s...	Numérico	1	0	Campaña social	Ninguno	Ninguno	17	Derecha	Escala	Entrada
20	mensaje	Numérico	1	0	Mensaje	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
21	piezas_g_rificas1	Numérico	1	0	Piezas gráficas	Ninguno	Ninguno	17	Derecha	Escala	Entrada
22	estrategias	Numérico	1	0	Estrategias	Ninguno	Ninguno	13	Derecha	Escala	Entrada
23	maltrato_inf	Numérico	1	0	Maltrato infantil	Ninguno	Ninguno	19	Derecha	Escala	Entrada
24	factores_paisococi_ales1	Numérico	1	0	Factores psicosociales	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
25	fernacion	Numérico	1	0	Fernación gen...	Ninguno	Ninguno	11	Derecha	Escala	Entrada
26	violencia	Numérico	1	0	Violencia	Ninguno	Ninguno	11	Derecha	Escala	Entrada
27											
28											
29											
30											
31											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON 18:46 06/07/2019



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, Adolfo Manuel Medrano Carbajal, docente de la Facultad de Ciencias de la comunicación y Escuela Profesional Ciencias de la comunicación de la Universidad César Vallejo Lima este, revisor de la tesis titulada

"Relación de una campaña social y apreciación del maltrato infantil en una población limeña, 2019", de la estudiante Fabiola Beatriz Montesinos Villar, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de julio de 2019

Firma

Adolfo Manuel Medrano Carbajal

DNI: 06294067

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------