

Diseño de identidad y campaña de comunicación para la formación de un colectivo social que alerte sobre la larga permanencia de menores de edad en Centros de Acogida Residencial de Lima

Identity design and communication campaign for the formation of a social group that warns about the long stay of minors in Residential Shelters Centers in Lima

Juan Pablo Miguel Aponte Ruidias
juan.aponte@usil.pe
Universidad San Ignacio de Loyola
Lima, Perú
ORCID: 0000-0002-9901-8192

Recibido: 06 de julio de 2021
Aprobado: 24 de noviembre de 2021
Publicado: 01 de abril de 2022

Resumen

En el presente artículo se desarrolla el diseño de la identidad y la campaña de comunicación para la formación de un colectivo social que alerte sobre el desinterés hacia la situación de niñas, niños y adolescentes institucionalizados, quienes cumplen una excesiva permanencia en Centros de Acogida Residencial (CAR) de Lima, contexto que no permite su desarrollo integral. Se realizó una investigación que incluyó cuatro entrevistas a funcionarias del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), institución responsable de los CAR, además de encuestas a 660 jóvenes y adultos, identificando 96% que confirmaba indiferencia hacia el tema y 52% que normalizaba que los menores pasen más de un año internados. Ante la necesidad de una sociedad más involucrada, se diseñó la identidad de marca y campaña de comunicación para la formación de un colectivo social virtual llamado *Alarma Maraña*, el cual informe y alerte sobre el entrapamiento que evita que los menores vuelvan a desarrollarse en una familia. El trabajo ha profundizado en la posibilidad de sensibilizar a la sociedad a través de las herramientas y estrategias de la comunicación visual, alcanzando a más de 1 500 personas y despertando el interés de personajes públicos hacia el problema investigado y la formación del colectivo.

Palabras clave: Investigación en diseño, proyecto de diseño, gestión de identidad de marca, comunidad virtual, colectivo social.

Abstract

*This article develops the design of the identity and the communication campaign for the formation of a social group that warns about the lack of interest in the situation of institutionalized children and adolescents, who spend excessive periods of time in Residential Shelter Centers (CAR) of Lima, a context that does not allow its integral development. An investigation was carried out that included four interviews with officials from the Ministry of Women and Vulnerable Populations (MIMP), the institution responsible for the CARs, in addition to surveys of 660 young people and adults, identifying 96% who confirmed indifference towards the subject and 52% who normalized that minors spend more than a year interned. Given the need for a more involved society, the brand identity and communication campaign were designed for the formation of a virtual social collective called *Alarma Maraña*, which informs and warns about the entrapment that prevents minors from developing again in a family. The work has delved into the possibility of raising awareness in society through the tools and strategies of visual communication, reaching more than 1500 people and awakening the interest of public figures in the problem under investigation and the formation of the group.*

Keywords: Research in design, design project, brand identity management, virtual community, social collective.

◆ Introducción

El proyecto de investigación y aplicación de comunicación visual inicia desde la necesidad de reafirmar el rol del diseño como agente de cambio social. Así como indica Vivanco (2021), el diseño se fundamenta en investigar y no solamente en la producción gráfica. En ese sentido, en la presente investigación se llega a encontrar una situación preocupante en la cual puede aportar el diseño.

En el Perú, la falta de recursos económicos y la desigualdad social, así como los problemas intrafamiliares, son considerados los orígenes centrales de la falta o del riesgo de pérdida de cuidados parentales y del abandono de menores, según la Red Latinoamericana de Acogimiento Familiar (Relaf, 2010). La política matriz del Estado peruano entorno a las problemáticas referidas en la niñez y adolescencia se plasma en el Plan Nacional de Acción por la Infancia y la Adolescencia 2012-2021 (PNAIA, 2012), cuyo regente es el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. En este documento se establece a la familia como una institución fundamental para el desarrollo de las personas, por lo cual es primordial para todo menor de edad crecer en un ambiente familiar adecuado, ya sea el propio o uno asignado, por sobre toda otra alternativa, de lo contrario su desarrollo social y emocional correría graves deficiencias.

Los menores en peligro o situación de desprotección, abandono y riesgo cuentan con un sistema regentado por el Estado que busca brindarles amparo, evitando que se vulnere su desarrollo y calidad de vida. Dicho sistema tiene una serie de niveles de intervención dependiendo de la gravedad de cada caso, que va desde el apoyo y la orientación profesional a sus padres hasta, en última instancia, su internamiento temporal en un Centro de Acogida Residencial o CAR, mientras se garantice que puedan retornar con sus familiares. Si esto último no puede darse, niñas, niños y adolescentes pasarán, en muy pocos casos, por un proceso de acogimiento familiar por un tiempo limitado o serán adoptados por otras familias.

Los CAR son instituciones cuyo fin es el de brindar refugio, salvaguardar y ofrecer satisfacción a las necesidades básicas de comida y techo a niñas, niños y adolescentes durante un período corto, el cual tiende a

extenderse de tres a cinco años, según el Informe 150 de la Defensoría del Pueblo (2010). El vínculo familiar que requiere toda persona desde sus primeros años de vida es interrumpido por motivos ajenos al menor de edad. El rompimiento de la vinculación afectiva, especialmente aquél que es prolongado, ocasiona varios trastornos de comportamiento; por ejemplo, se conoce que muchos niños, tras pasar tiempo alejados de sus progenitores y familia cercana, presentan actitudes negativas al relacionarse con otras personas o al retornar a su propio núcleo materno y paterno (Bowlby, 1986). Por ello, no es idóneo que permanezcan en los CAR, y mucho menos si se considera su derecho a vivir en familia y crecer de manera adecuada (Castro y Fernández, 2013).

En la presente investigación, en primer lugar, se pretende señalar el tema de la permanencia excesiva de niños y adolescentes en un albergue y las consecuencias que esto acarrea, considerando que se encuentran ajenos e invisibles ante una sociedad limeña indiferente hacia el interés superior de niñas, niños y adolescentes institucionalizados. En segundo lugar, como parte del aporte de la comunicación visual a la solución de este problema, se desarrolla el diseño de la identidad, así como un plan de comunicación para la formación de un colectivo social que pueda enfrentarse al desinterés y a la desinformación, logrando que la sociedad identifique el problema y se sensibilice ante la situación presentada.

Abandono e institucionalización

Aunque padecer de carencias económicas no es la única causa para el abandono y la desprotección de menores de edad, en Perú se estima que la pobreza infantil está presente en 39.8% de niñas, niños y adolescentes (Plan Internacional, 2021). Por lo anterior, se puede afirmar que se trata de un fenómeno innegable que se vincula con otros factores de riesgo, como la falta de acceso a una adecuada vivienda familiar o a servicios básicos de agua, saneamiento y electricidad; y carencias en las condiciones indispensables para recibir salud y educación de calidad, ya que muchas de estas familias de escasos recursos se ven en la necesidad de que todos sus miembros, incluidos los niños, laboren en las calles. Asimismo, la violencia intrafamiliar derivada de dichas privaciones, la delincuencia, la indigencia y otros aspectos conflictivos, como también la muerte de alguno o ambos padres, son el detonante para que 433 niñas, niños y adolescentes se encuentren en los 12 CAR, administrados bajo responsabilidad del Poder Ejecutivo, sólo en Lima Metropolitana (MIMP, 2021). Según la gravedad de la situación, los menores de edad pueden permanecer con sus familias siguiendo una tutoría profesional familiar o, en última instancia, pueden ser trasladados temporalmente a un CAR.

La Defensoría del Pueblo (2010) informó que 38.4% de los menores de 18 años en los CAR estatales permanecía en estos entre uno y cinco años; 9.3% entre cinco y 10 años, y que 2.4% podían residir inclusive más de 10 años en estas instituciones. Lamentablemente, esta cifra no

se encuentra actualizada en un posterior estudio; sin embargo, según la Directiva N° 005-2021-MIMP “Metodología de intervención en los centros de acogida residencial de niñas, niños y adolescentes” (2021), cuando estos cumplen la mayoría de edad dentro de los CAR, pueden permanecer incluso 12 meses más hasta lograr su reinserción en la sociedad, denotándose las consecuencias psicológicas y sociales derivadas de su larga permanencia en los albergues.

La prioridad es que los menores que viven temporalmente en los CAR retornen a sus hogares, ya sea con alguno de sus familiares directos o apoderados, tras la correcta intervención del Estado a través de una eficiente investigación y acción que involucre la injerencia de profesionales en psicología, trabajo social y derecho, y que a su vez garanticen el bienestar de las niñas, los niños y los adolescentes. La Unidad Gerencial de Investigación Tutelar del MIMP se encarga de realizar el debido proceso de investigación tutelar “que es el conjunto de actos y diligencias, tramitados administrativamente, que están destinados a verificar el presunto estado de abandono en que se encuentra un niño y/o adolescente conforme a las causales previstas en el Artículo 248 del Código de los Niños y Adolescentes” (PNAIA 2012, p. 27). Según este documento, el ingreso de una niña o un niño o adolescente a un CAR debe considerarse como un caso extremo, pero la realidad nos muestra lo contrario. La cantidad de niños en los albergues y el tiempo que estos pasan institucionalizados es superior al que debería ser. Se les mantiene bajo protección y con sus necesidades básicas cubiertas, pero sin hacer un enfoque en sus dimensiones afectivas e interpersonales, ocasionando que esta reclusión contribuya a la generación de prejuicios, produciendo daños permanentes que afectan su desarrollo cognitivo (Retana *et al.*, 2021). Los problemas emocionales, psicológicos y sociales generados por la larga permanencia de los menores en las instituciones ocasionan en la mayoría de los casos un retroceso marcado en su desenvolvimiento integral, ya que es innegable que se impacta negativamente en su personalidad, autoestima y habilidades sociales (Cayetano, 2012).

Los CAR cumplen un rol de emergencia, de resolución eficaz ante un problema urgente, pero se pueden encontrar ciertos aspectos que motivan a analizar si su uso excesivo es el adecuado. Como se ha mencionado, el tiempo de permanencia de más de 10% de menores institucionalizados, de acuerdo con la Defensoría del Pueblo (2010), excede los cinco años.

A todo lo previamente expuesto, se suman los prejuicios por parte de la sociedad hacia un menor de edad que ha estado o se encuentra en dicha situación. Al respecto, se realizó una entrevista al sociólogo peruano de la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales de París, David Arguedas, quien afirma que estas experiencias definitivamente ahondan mucho más el sufrimiento de los menores. El especialista acota que existe un gran problema al momento de construir, pero sobre todo implementar, políticas públicas para niñas, niños y adolescentes que están en situación de abandono, pues no se considera que sean sujetos

de derecho. Explica que existe la idea de que las personas que están atravesando la niñez y la adolescencia no tienen capacidad de agencia y se les percibe como apéndices de las personas adultas, sin pensarse cuáles son sus necesidades y requerimientos. En ese sentido, los CAR responden únicamente a las demandas de los adultos, teniendo una concepción adulto-centrista en la cual no se escucha a los afectados, y se persigue una lógica vertical que impone un modelo, una estructura y ciertas formas de socialización. Al momento de pensar cuáles son las necesidades que tienen estos infantes y adolescentes que se encuentran institucionalizados por circunstancias que definitivamente no han generado y que se vuelven blanco de los avatares en los que las personas adultas los han involucrado, esto se considera un problema desde la concepción del Estado, ya que no se busca solucionar el tema escuchando a los menores, sino colocando un paliativo que puede acarrear numerosos conflictos a largo plazo. Mientras tanto, en el corto plazo, se presenta un impacto relacionado con la salud mental y emocional de los afectados, además de con la forma en cómo se sitúan ante el mundo, en medio de situaciones complicadas donde ven que no hay solución de parte de quienes son llamados a atender sus problemas (D. Arguedas, comunicación personal, 26 de octubre de 2021).

El tema en la agenda pública

La problemática del sistema de protección de los menores en los albergues ocurre a espaldas de una sociedad preocupada en otros asuntos que, si bien pueden ser no menos importantes, dejan de lado los temas relativos a los menores de edad, en especial aquellos en situación de vulnerabilidad, que deben encontrarse en la cima de las prioridades, pues existen políticas públicas que así lo definen.

A pesar de esto, la agenda pública nacional no mantiene una presión coyuntural visible sobre el tema. Algunos autores sugieren que la agenda pública, mediática y política se concentra en temas insertados dependiendo de “1) la atención y/o conciencia generalizada sobre el asunto; 2) la noción de que es necesario atenderlo y 3) que dicha atención corresponde al gobierno” (Casar y Maldonado, 2008, p. 5). Muestra de ello es que en la mayoría de los medios de comunicación y redes virtuales no es masiva la preocupación por los niños institucionalizados. Basta con dar una revisión a los programas de noticias, las portadas de los diarios o las tendencias en redes como Twitter o Facebook. Los medios de comunicación cumplen un papel altamente relevante para que se establezcan ciertos temas en la agenda pública (Tamayo y Carrillo, 2005); sin embargo, para los jóvenes y adultos limeños el tema no es preocupante, por ende, al tener poca o nula visibilidad, no se ejerce presión social ni se logra la atención de los medios, evitando así que se genere la alarma necesaria a las autoridades para exigirles soluciones efectivas.

Sobre los factores de creación de la agenda pública, Tamayo y Carrillo (2005) sugieren que entre los factores que forman la agenda pública se

pueden incluir la competencia entre temas, los cambios culturales, las agendas de los propios medios de comunicación y poderes públicos, así como las condiciones reales de problemas e intereses y valores de las personas. Con este postulado se puede inferir cómo la formación de la agenda pública es intervenida por aspectos que involucran a la fuerza de los individuos de la sociedad en un tema que les atañe y que, a su vez, es masivamente conocido.

En un repaso por las principales informaciones en los medios de comunicación masivos más importantes no se encuentra como prioridad el tema de los niños albergados, salvo en ocasiones coyunturales que involucran denuncias flagrantes o sólo el aspecto de los niños que no están siendo adoptados, sin tener en cuenta el panorama completo del problema (Daly, 2015). Así, se afirma que las problemáticas de los menores institucionalizados no son visibles en la agenda pública de la sociedad limeña.

Con la presente investigación se busca señalar cómo la ausencia en la agenda pública de este problema que involucra a personas vulnerables evita que la sociedad conozca el tema, se sensibilice con él y tome cartas en el asunto, asumiendo un compromiso que permita exigirle a los decisores, y a ellos mismos como ciudadanos, velar porque las niñas, los niños y los adolescentes puedan salir de dichas instituciones, retornar con su familia mejorada, o ser acogidos o adoptados por alguna otra que cubra sus necesidades en plenitud.

La solución a cada uno de los casos pasa no sólo por un estudio particular, sino por sumar esfuerzos para que cada vez menos niñas, niños y adolescentes sean ingresados a las instituciones, como ocurre actualmente como si ésta fuera la mejor solución.

◆ Métodos y muestra de estudio

En relación con el tema, se realizó una investigación de primera mano que consistió en entrevistas a funcionarias públicas del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables o MIMP, institución responsable de la gestión de los CAR, y entrevistas al público objetivo del proyecto, descrito más adelante en el presente documento.

La licenciada Julia Cribillero, directora de la Dirección de Protección Especial (Ex Dirección de Investigación Tutelar) del MIMP, encargada de proponer normas, lineamientos y estrategias que actúen ante el procedimiento por desprotección familiar de menores de edad, afirma que las medidas de protección hacia un niño, una niña o un adolescente tienen como fin que el Estado asuma y subvencione los problemas que impidan que una familia mantenga las necesidades básicas de los menores de edad, pero de manera temporal e, inclusive, sin pensar en la adopción o cambio de familia como un objetivo primordial. La funcionaria resalta que un gran problema en torno al tema investigado radica en una confusión

en la sociedad, la cual asume que los albergues deberían brindar cuidado permanente o, por el contrario, que se debería trasladar a los menores desprotegidos hacia familias adoptivas sin dar preferencia a su regreso a la propia; además de que, desde la agenda pública y los medios de comunicación, no se priorizan los temas de cuidado y protección dentro los núcleos familiares (J. Cribillero, comunicación personal, 10 de agosto de 2016).

La licenciada Elizabeth Borbor, comunicadora del MIMP, afirma que hay albergues que no han sabido apoyar en la investigación tutelar de los menores y, al no hacerlo, provocan que la investigación demore mucho tiempo, manteniéndolos institucionalizados, lo que trae como consecuencia la existencia de documentación cuyas etapas de preparación y elaboración mantienen a los niños, las niñas y los adolescentes muchos años internados (E. Borbor, comunicación personal, 8 de agosto de 2016).

Por su parte, la licenciada Graciela Azaña, trabajadora social del Programa Integral Nacional para el Bienestar Familiar (INABIF), señala que hay un porcentaje considerable de niñas, niños y adolescentes que están desde dos hasta más de cuatro años en un CAR porque no se ha ubicado a sus familias, se les ha encontrado abandonados desde bebés y no hay referentes familiares. Además, sobre el papel de los medios de comunicación hacia el problema, comenta que estos sólo se preocupan por los temas inmediatos, cuando el tema esencial involucra que los menores no egresan de los albergues porque sus familias no están preparadas para brindar el cuidado adecuado (G. Azaña, comunicación personal, 7 de agosto de 2016).

De otro lado, la licenciada Micaela Acuña, socióloga de la Dirección de Familia y Comunidad, afirma que algunas familias permiten que sus hijos pasen en los CAR temporadas largas sin visita alguna y, cuando se enteran de que ya se está iniciando un proceso para que se declare en abandono al niño o la niña, los padres u otro familiar directo aparece, entonces todo el proceso se debe detener. En seguida, retiran a los menores del albergue y, luego de un tiempo, de nuevo los dejan desprotegidos. Por ello, es necesario que desde la opinión pública se presione y las autoridades legislen normativas para evitar la reincidencia en la desprotección de niñas, niños y adolescentes (M. Acuña, comunicación personal, 10 de agosto de 2016).

Como parte de la investigación, se realizó una encuesta vía internet a 453 mujeres y hombres de 18 a 70 años de edad sobre su conocimiento de la problemática de los menores de edad en los CAR. Asimismo, se hizo una encuesta presencial a 207 padres de familia, adultos y jóvenes, con el mismo cuestionario. De acuerdo con los resultados de la encuesta de entrada, de las 660 personas encuestadas tanto de manera personal como virtual se puede destacar el hecho de que una amplia mayoría (71.82%) no sabía qué era un CAR, pero luego de la explicación que

se les brindaba, un mayor número (93% de encuestados) aprobaba su función de protección a los niños en presunto o confirmado estado de abandono y riesgo. En cuanto al tiempo de permanencia dentro de un CAR, los encuestados se encontraban divididos, ya que 47% opinaba que un menor de edad no debería pasar más de un año institucionalizado, y 52% que debería pasar más de dicho tiempo. A su vez, 51.82% de personas afirmaba que la institucionalización es poco positiva, pero necesaria.

Otro espacio de polarización se vio reflejado en la selección de opciones sobre qué sería mejor para una niña, un niño o un adolescente en abandono o riesgo mientras se investiga y decide su destino: 51.82% opinaban que los niños deberían pasar aquel tiempo en un CAR, mientras 48.18% sugerían que los menores de edad debieran mejor ser acogidos por una familia temporal. Complementando esto, 80% opinaba que la investigación y la decisión por parte del Estado deberían ser más ágiles. Más rotundo aún fue el resultado sobre el interés de los actores políticos o la sociedad en general, ya que alrededor de 96% opinó que no había preocupación por el tema de la niñez y adolescencia institucionalizada. Finalmente, 80% de entrevistados estaba de acuerdo con participar de alguna manera en una solución que combatiera la indiferencia hacia el tema.

Es importante reconocer estos datos a manera de muestra para comprender que la mayoría de las personas, representadas en los encuestados, no está enterada completamente sobre la problemática de la institucionalización de niñas, niños y adolescentes. Las respuestas han sido guiadas por conocimientos generales y relativos del tema. Aún así, existe preocupación por la situación, al menos desde un punto de vista muy básico, especialmente porque involucra la vida y salud de menores de edad.

◆ Propuesta: diseño de identidad y plan de comunicación para el colectivo social virtual
Alarma Maraña

La formación de un colectivo social se basa en las teorías sociológicas y psicológicas del comportamiento colectivo. Es reconocible que el comportamiento de un colectivo en general no depende de las necesidades individuales de sus miembros, sino de las metas en común que buscan conseguir (Gómez, 2017). Al ser así, un movimiento o colectivo social debe cumplir la característica de estar dirigido hacia un tema en común, pero siguiendo una estructura, unos parámetros, una duración y un camino establecidos.

El presente proyecto de diseño y comunicación visual tuvo como propósito el desarrollo de una solución a la ausencia en la agenda pública de los menores institucionalizados, la cual estuviera basada en la gestión y el diseño de la identidad visual y discursiva para la creación de un colectivo de impacto social que otorgara visibilidad a las problemáticas ocasionadas por la larga permanencia de niños, niñas y adolescentes en los CAR. A su vez, se enfocó en la creación y el empoderamiento de un

grupo que implantara presencia y ejerciera presión hacia medios de comunicación, decisores, autoridades y sociedad en general.

El objetivo principal del proyecto fue el diseño de la identidad de marca para el colectivo social y el desarrollo de una campaña de comunicación y difusión para la formación de éste a través de redes sociales en internet. El público objetivo fueron personas jóvenes y adultas de entre 18 y 70 años que habitaban en Lima Metropolitana, en especial padres y madres de familia que contaban con redes sociales y acceso a internet, ya que estos son los más prestos a ser captados, sensibilizados y cuestionados hacia temas vinculados con la niñez y su cuidado.

El nombre propuesto para el colectivo fue *Alarma Maraña*, el cual nació como llamada de alerta ante las complicaciones que padecen las niñas, los niños y los adolescentes institucionalizados. El uso de *maraña* evoca al desorden y enredo que tienen que atravesar y contra el que tienen que luchar para poder finalmente volver a vivir en familia. El objetivo relacionado con la comunicación visual se centró en diseñar y crear la identidad visual y discursiva, así como la difusión, del colectivo social *Alarma Maraña* a favor de los menores institucionalizados, visibilizar las problemáticas que padecen debido a su larga permanencia en los CAR, y reposicionar el concepto de *niños albergados o niñas, niños y adolescentes institucionalizados*, usualmente referidos como necesitados, otorgándoles el concepto de *héroes, cuyo súper poder es dar felicidad*.

Los menores albergados fueron asociados con el arquetipo de héroes con base en un reposicionamiento enmarcado en el concepto del heroísmo, dejando de lado la victimización y disminución de sus personas, enfatizando su misión: brindar felicidad a sus familias o a las familias que los esperan acoger. Se llegó al concepto de héroes desde el arquetipo histórico, literario y místico que asocia como información de anclaje a grandes héroes de la ficción con la ausencia de cuidados parentales.

Los héroes, al igual que los niños institucionalizados, no deberían ser tratados con lástima o rechazo, sino que deberían ser considerados luchadores contra sus propias adversidades. En este caso, es útil citar al mitólogo y escritor estadounidense Joseph Campbell (2001), quien afirma que “el héroe, por lo tanto, es el hombre o la mujer que ha sido capaz de combatir y triunfar sobre sus limitaciones históricas personales y locales y ha alcanzado las formas humanas generales, válidas y normales” (p. 25). Estos héroes luchan contra un enemigo en común, la *maraña*, evocando al laberinto de problemas que no permiten que puedan vivir en familia y los llevan a permanecer institucionalizados. A su vez, todos aquellos que apoyan la mejora del sistema —tanto dentro del colectivo como prescriptores y el propio Estado— son considerados aliados de los héroes.

Para la puesta en marcha del proyecto se realizó un conjunto de tareas que incluyeron el diseño y la producción de materiales y acciones de comunicación, las cuales se detallan a continuación:

- a. Elaboración de la identidad gráfica y su aplicación en la gestión de una campaña de *marketing* digital de intriga a través de la creación de la página web, el Facebook y el Twitter del colectivo (véase figura 1).



Figura 1. Logotipo del colectivo Alarma Maraña.
Fuente: Elaboración propia.

- b. Activación en el laberinto del Parque de las Leyendas, donde se realizó un concurso lúdico para los niños y sus padres, previa firma de los permisos de participación, por el cual las niñas y los niños atravesaron un laberinto, disfrazados de héroes, con sus padres esperándolos al final (véase figura 2). Luego de lograrse el objetivo, se entregó a los infantes un premio con golosinas, y a los padres un volante que afirmaba cómo sus hijos son sus héroes porque les otorgan felicidad y que indicaba la comparación entre el corto tiempo que les tomó pasar la maraña de laberinto en comparación con cómo los niños, las niñas y los adolescentes en los albergues tienen que luchar contra una maraña que los hace demorar muchos años para vivir en familia. Finalmente, se les invitó a unirse al colectivo *Alarma Maraña* (véase figura 3). A los padres participantes se les obsequió un llavero y un brazalete a modo de recuerdo y como producto de *merchandising*.



Figura 2. Fotografía de la activación lúdica.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 3. Fotografía de la activación lúdica.

Fuente: Elaboración propia.

- c. Producción de un video que documentó de manera evocativa y emocional el problema, utilizando la activación lúdica junto con la reacción de los padres.
- d. Difusión del video, previa creación de las redes sociales del colectivo en Facebook y Twitter (véase figura 4).

Alarma Maraña
26 de marzo a las 11:20 · 🌐

¿Alguna vez pensaste que cuando fuiste niño o niña te pudo haber tocado enfrentar esta maraña? ¿Cuál? ¡Descúbrela!
¡Compártelo para que más personas se sumen a esta lucha! 😊
#AlarmaMaraña
***... Ver más

¿Cuánto demorarás en salir de la Maraña?
Colectivo "Alarma Maraña"
01:54

15 662 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

👍❤️ 138 6 comentarios 125 veces compartido 📄

👍 Me gusta 🗨 Comentar ➦ Compartir

Figura 4. Captura de pantalla de difusión de video en Facebook.

Fuente: Elaboración propia.

- e. Se realizó un llamado a la acción desde las plataformas virtuales creadas para *Alarma Maraña* convocando a la formación de un colectivo y solicitando la difusión del video en conjunto con otros materiales comunicacionales virtuales a modo de imágenes animadas que informaban sobre la problemática de los menores institucionalizados.

Los referentes estéticos de los elementos del diseño del proyecto parten de la búsqueda de arquetipos sensoriales visuales asociados con los héroes y el heroísmo popular contemporáneo, de acuerdo con los cómics, el anime, las historietas y la ciencia ficción, así como aquellos relacionados con la infancia y el caos. El trabajo de tramas, presente en la mayoría del material de comunicación, se basa principalmente en la técnica de los zentangles. Según la diseñadora y autora Suzanne McNeill (McNeill, Bartholomew y Browning, 2012), este método de dibujo fue creado por el monje y practicante espiritual Rick Roberts y la artista y calígrafa Maria Thomas, los cuales impulsaron una técnica de dibujo y formas lineales siguiendo patrones angulares en repetición, de manera simple y que ayuda a la relajación. Justamente por ello es que el nombre de la técnica viene del vocablo oriental *zen*, que significa *meditación*, y *tangles*, de la palabra inglesa *tangled*, cuyo significado es *enredo*. Dicho enredo es utilizado para evocar la concepción de maraña. Asimismo, el estilo adaptado tiene como referencias a los trabajos xilográficos del artista Maurits Cornelis Escher, caracterizado por la técnica del teselado o patrones de figuras que cubren un espacio y sus ilustraciones laberínticas y caóticas. Otro artista, ya contemporáneo, que inspira la dimensión estética del proyecto, es el japonés Takashi Murakami, con su estilo lúdico y enredado *superflat*. Se puede observar la aplicación del diseño de la identidad visual en los diversos productos de comunicación realizados para la producción y difusión del video y la gestión de la identidad del colectivo en *banners* y paletas publicitarias (véase figura 5), el material informativo (véase figura 6) y los brazaletes para *merchandising* (véase figura 7).



Figura 5. Banner y paletas publicitarias.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 6. Material informativo.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 7. Brazaletes para merchandising.
Fuente: Elaboración propia.

Resultados de creación y difusión del colectivo

En el concurso y en la activación realizados en el laberinto del Parque de las Leyendas (véase figura 8) se obtuvo la participación de 34 padres de familia y aproximadamente 25 menores de 18 años en un período de dos horas y media, a pesar de la alta temperatura y de la poca afluencia de público en dicha zona del parque.



Figura 8. Fotografía de la activación.
Fuente: Elaboración propia.

Como resultado final para comprobar la validez de lo desarrollado en la formación y difusión del colectivo, se contabilizó a quienes se adhirieron a las plataformas virtuales del mismo y al número de personas que visualizaron, compartieron y comentaron las publicaciones del Facebook de *Alarma Maraña*, así como a sus seguidores e interacciones en Twitter. Es factible afirmar que la campaña de difusión para la visibilización y sensibilización hacia el problema y la posterior consolidación del colectivo logró interesantes resultados. Tras dos semanas de existencia, se obtuvieron 292 Me gusta en la página de Facebook, con un alcance de 15 244 personas que viven en Perú, Estados Unidos, Japón, México, España, Argentina, Canadá, Brasil, Chile, Colombia, Italia, Corea del Sur, entre otros países. Asimismo, el video de lanzamiento, en tan solo tres días y de manera orgánica, logró 4 232 reproducciones, 433 reacciones, 24 comentarios positivos e importantes y fue compartido 127 veces. En Twitter se obtuvo la difusión por parte de personajes influyentes y figuras públicas, como los periodistas peruanos Mijael Garrido Lecca, Gastón Gaviola, Juan Álvarez Morales, Jimmy Chinchay y Paola Ugaz; los políticos Alberto De Belaunde y Julio Arbizú, y el escritor y comunicador Renato Cisneros (véase figura 9).



Figura 9. Capturas de pantalla de difusión en cuentas de Twitter de figuras públicas.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones A través del presente proyecto se ha profundizado la posibilidad de sensibilizar y visibilizar ante la sociedad una problemática que involucra a una población vulnerable, en la que los datos recogidos revelaban que 96% de encuestados no tenían conocimiento sobre las consecuencias del excesivo tiempo que pasan las niñas, los niños y los adolescentes institucionalizados en los CAR.

Se realizó un proyecto de comunicación visual, con el que —por medio de actores indirectos que impulsaron en cadena reacciones tangibles— se pudo conseguir la incidencia necesaria para alcanzar los objetivos de visibilidad previstos. En un primer momento, fue relevante el diseño de la identidad visual del colectivo, y posteriormente la acción y reacción de los padres y sus hijos en la activación lúdica, en conjunto con el material de difusión. Se logró producir un video que motivó y llamó la atención del público objetivo perfilado a través de las plataformas virtuales, obteniendo compromisos tangibles con la causa. Así, se alcanzaron a más de 15 mil personas e inclusive se captó la atención de periodistas y personajes públicos de medios de comunicación.

Finalmente, con el proyecto se demostró que el diseño de identidad visual y el poder de difusión que brindan las estrategias de comunicación son necesarios para la gestión de movimientos colectivos virtuales que se enfoquen en cambios sociales organizados. ●

- Referencias** Bowlby, J. (1986). *Vínculos afectivos: Formación, desarrollo y pérdida*. Madrid: Ediciones Morata.
- Campbell, J. (2001). *El héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito*. (Trad. Ramón de la Fuente.) México: FCE.
- Casar, A. y Maldonado, C. (2008). *Formación de agenda y procesos de toma de decisiones: Una aproximación desde la ciencia política*. México: División de Administración Pública del CIDE.
- Castro, E. y Fernández, W. (2013). *El acogimiento familiar frente a la desprotección familiar*. Lima: Centro de Estudios de Derecho de Familia y el Menor (Cefame)/UPSMP-Instituto de Investigación Jurídica.
- Cayetano, A. (2012). *Una mirada de la problemática de la institucionalización de niños, niñas y adolescentes*. Lima: Fondo Contravalor Ítalo-Peruano.
- Daly, G. (2015, mayo 15). Adoptar a un niño: un acto noble que las normas dificultan. *El Comercio*. Recuperado el 22 de febrero de 2021 de <https://elcomercio.pe/peru/adoptar-nino-acto-noble-normas-dificultan-361256-noticia/>

- Defensoría del Pueblo. (2010). *Informe Defensorial N° 150: El derecho de los niños, niñas y adolescentes a vivir en una familia. La situación de los Centros de Atención Residencial estatales desde la mirada de la Defensoría del Pueblo*. Lima: Defensoría del Pueblo.
- Directiva N° 005-2021-MIMP “Metodología de Intervención en los Centros de Acogida Residencial de Niñas, Niños y Adolescentes”. (2021, abril 12). *Diario Oficial del Bicentenario El Peruano*. Lima. Recuperado el 12 de abril de 2021 de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-la-directiva-n-005-2021-mimp-metodologia-de-inter-resolucion-ministerial-no-109-2021-mimp-1942949-2/>
- Gómez, L. (2017). La lógica de la acción colectiva. Bienes públicos y la teoría de grupos. *Revista Salud Bosque*, 7(1), 75-80. Colombia: Editorial Universidad El Bosque.
- McNeill, S., Bartholomew, S. y Browning, M. (2012). *Joy of Zentangle: Drawing Your Way to Increased Creativity, Focus and Well-being*. Estados Unidos: Design Originals.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MMPV). (2021). Portal de Estadísticas. Disponible en: <https://www.mimp.gob.pe/omep/estadisticas-nna.php>
- Plan International. (2021). 4 de cada 10 niños, niñas y adolescentes son pobres por la pandemia. Recuperado el 12 de abril de 2021 de- <https://www.planinternational.org.pe/noticias/4-de-cada-10-ninos-ninas-y-adolescentes-son-pobres-por-la-pandemia>
- Plan Nacional de Acción por la Infancia y la Adolescencia (PNAIA). 2012-2021. (2012, abril 14). *Decreto Supremo N° 001-2012-MIMP*. Lima. Recuperado el 20 de abril de 2012 de https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/pnaia/pdf/Documento_PNAIA.pdf
- Red Latinoamericana de Acogimiento Familiar (Relaf). (2010). *Niños, niñas y adolescentes sin cuidados parentales en América Latina. Contextos, causas y consecuencias de la privación del derecho a la convivencia familiar y comunitaria*. Buenos Aires: Relaf/Aldeas Infantiles SOS.
- Retana, I. S., Mateos, J., Olvera, L. N. y Alvarado, G. (2021). Problemas personales y sociales de los adolescentes institucionalizados. *Realidades. Revista de la Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano*, 11(1), 37-61. Recuperado el 12 de abril de 2021 de <https://realidades.uanl.mx/index.php/realidades/article/view/133>
- Tamayo, M. y Carrillo, M. (2005). La formación de la agenda pública. *Foro Internacional*, XLV(4), 658-681. Recuperado el 12 de abril de 2021 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59911177004>

Vivanco, R. (2021) Inpadi, propuesta didáctica para investigar y proponer un proyecto de diseño. *UCESDG*, (15), 30-41. Recuperado el 12 de abril de 2021 de <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/disgraf/article/view/959>

 **Sobre el autor** *Juan Pablo Miguel Aponte Ruidias*

Maestro en Ciencias Empresariales con mención en Gestión de Proyectos de la Escuela de Posgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL). Es licenciado en Diseño y Gestión de Marca de la misma universidad y egresado técnico de la carrera de Diseño Publicitario del I.S.T.P. María Rosario Araoz Pinto. Se ha publicado su investigación sobre paternidad y cuidado en vínculo con un proyecto de comunicación visual en la revista *Cuestionándonos*, financiada por la Fundación van Leer, del año 2017. Sus ponencias sobre gamificación en el aula y herramientas digitales para enseñanza del diseño han sido publicadas en las actas del Congreso de Educación y Diseño EDK, 2019. Tiene más de 15 años de experiencia desarrollando proyectos de *branding*, diseño editorial, comunicación social, *marketing*, publicidad y educación. También ha sido docente de bachillerato internacional y de educación superior en diversas universidades e institutos de la ciudad de Lima. Actualmente es docente de tiempo completo en la carrera de Arte y Diseño Empresarial en la USIL. Además, es fundador y subgerente de la empresa de educación y gamificación Cultura Ludens y de la consultora de *branding* Comarca.