



Facultad de Ciencias de la  
Comunicación

**Análisis de caso: Estrategias  
digitales de la organización  
ANTHUS y su contexto en la  
ciudad de Puebla**

David Santiago Celestino Olvera

Comunicación Educativa

Docente: Cecilia Deloya Robledo

## Tabla de contenido

• Contexto para los medios y la sociedad digital. Ciclo del proyecto. ....	7
• Análisis de contexto social/económico de la sociedad de la información .....	11
• Propuesta de estrategias.....	13
○ Conclusiones .....	18
○ Bibliografía .....	19

## Introducción

Los medios y redes digitales han ido facilitando las tareas comunicativas desde su inclusión en el campo, sin embargo, estamos lejanos de alcanzar aún la madurez en cuanto al uso de este recurso.

Dicha afirmación no significa que esta herramienta no haya sido utilizada con éxito. Habiendo diversos casos de estrategias implementadas con resultados prometedores en la rama de la comunicación para el desarrollo. Con fines educativos y de difusión de información los medios digitales se han abierto paso en procesos de empoderamiento en distintos sectores de la sociedad.

El siguiente trabajo plantea identificar los objetivos y necesidades de la empresa ANTHUS (Asociación Nacional contra la Trata Humana en la Sociedad), así como la importancia de los medios en un proceso de mejora de sus procedimientos. Se hará un análisis del contexto de un entorno particular a lo más general y finalmente se propondrán estrategias en base a investigaciones.

Se escogió esta asociación debido a que ya tienen un previo acercamiento a los medios digitales, e inclusive, ha implementado múltiples estrategias en base a estas herramientas. No se puede ignorar el hecho que la Asociación Nacional contra la Trata Humana en la Sociedad es una organización no gubernamental con posicionamiento a nivel nacional, que reside en el estado de Puebla, esta cercanía permite analizar su entorno de manera más fácil.

## Presentación de ANTHUS (Asociación Nacional contra la Trata Humana en la Sociedad)

¿Qué es ANTHUS? Esta asociación se constituye por un grupo de personas de la sociedad civil interesadas en contribuir a la prevención, sensibilización y erradicación de la trata en México.

### **Misión**

En ANTHUS A.C. somos una organización sin fines de lucro orientada a la prevención, la asistencia y apoyo a víctimas de Trata a través de un modelo integral,

con respeto a sus derechos, que lleve a su total recuperación, empoderamiento e integración a la sociedad.

### **Visión**

Ser una organización de referencia nacional e internacional, que ofrezca un modelo de vanguardia en la prevención, cuidado, atención y recuperación total de las víctimas de Trata.

### **Objetivo**

Instituir, desarrollar e implementar un plan integral orientado a la prevención y atención de víctimas de Trata en México. Para alcanzar dicho objetivo, estamos trabajando en dos áreas estratégicas:

### Enfoques de la educación de estrategias de ANTHUS

<b>Programa</b>	<b>Enfoque oral</b>	<b>Enfoque escrito</b>	<b>Enfoque digital</b>
Manual de información y prevención de trata de personas	El manual está planteado para su lectura en plenaria ante alumnos.	Este proporciona el docente información y diversas actividades para abordar con el alumno y padres de familia	Este manual se encuentra en forma de PDF en el sitio oficial de la asociación para su descarga, está disponible en distintas lenguas indígenas
Videos	Se realiza cuando los espectadores del video debaten su opinión acerca de la problemática	Debido a que es un material audiovisual no hay necesidad de este enfoque, tan solo	Este material está disponible en Youtube para su divulgación web, es así que las

	y empiezan a identificar situaciones de riesgo	en la identificación de mensajes clave	personas interesadas acceden a estos videos de manera fácil.
Podcast	Estos audios están diseñados para ser escuchados en compañía de la persona a informar sobre el tema y tiene como idea incentivar el dialogo reciproco	La estrategia plantea preguntas de opción múltiple para facilitar a los educandos la comparación entre escenarios	El material se encuentra en el sitio web donde están recopilados todos los podcasts, para su reproducción

Entorno personal de aprendizaje	La asociación cuenta con material reconocido a nivel nacional, este material está enfocado a concientizar a los grupos vulnerables además de estar disponible incluso en lenguas indígenas. Además, se realizan frecuentemente brigadas de concientización con apoyo estatal.
Aprendizaje ubicuo	Anthus cuenta con un centro de atención a personas conocido como casa ANTHUS, este modelo aplica prácticas de refugios nacionales en materia de atención a las víctimas de trata con modalidad de explotación. Se

	trata de un refugio comprometido con la inclusión, ya que cuenta con instalaciones de libre acceso.
Ecosistema educativo	Integración horizontal: Casa ANTHUS cuenta con servicios de seguridad habitación y comedor dando una solución integral en las dimensiones psicológicas, psiquiátricas, médicas, laborales, legales, sociales, antropológicas y educativas, Integración vertical: se trabaja en estrecha colaboración con dependencias estatales y federales, conforme lo estipula la ley actual en la materia.

## Buscadores y publicidad digital como mercado bilateral

A continuación, se enlista las redes digitales que maneja la organización, su información y como estas influyen en los procesos.

- Plataformas digitales

### Facebook

A través de su página oficial se presentan imágenes a modo de infografías, éstas constan de una fotografía que atrae la visión y está acompañada de citas de la CNDH que buscan ilustrar a los receptores sobre diferentes situaciones.

La página tiene publicaciones de terceros que denuncias casos o comparten noticias derivadas de la temática de Anthus, sin embargo, en las publicaciones hay poca o nula interacción.

### Twitter

En esta cuenta se limita a publicar las mismas imágenes de Facebook, no obstante, en esta red social hay mayor interacción por parte de los seguidores. Las publicaciones obtienen *retuit* y son seguidos por medios locales como e-consulta.

### Youtube

En este canal se encuentra material audiovisual enfocado a la concientización del problema principal de la organización. Hay videos además que explican los procesos y metas de la organización, sin embargo, su video con más vistas lleva por título “La mejor pedida de matrimonio del 2016” y no tiene nada que ver con la línea de la asociación.

### **Sitio Web**

Es el sitio web quien más difusión y materiales tiene. Es en este que se encuentran todos los materiales de apoyo mencionados además de la información sobre centros, estrategias, prevención y atención.

### **Buscadores**

#### **Google**

Todos los resultados de la primera página están relacionados con la asociación o con noticias sobre ésta a excepción de uno.

#### **Bing**

3 de 8 resultados de la primera página están relacionados con la organización.

#### **Yahoo**

De todos los resultados de la primera página solo 1 no está relacionado con la organización

### **Alcance**

**Facebook** 1,591 likes

**Twitter** 4,673 seguidores

**Youtube** 37 suscriptores

Pese a que es una organización presente en redes con constante actividad no hay un buen posicionamiento en línea.

### **Efectos de aprendizaje**

Los seguidores de la fundación están conscientes de su presencia en redes, sin embargo, no es un sitio constante o de gran interacción.

### **Afinidad**

Muchas personas sienten empatía con la gran problemática que atiende la asociación, no obstante, al no ser parte de un caso tangible o sentirse en situación

de riesgo el público en general no considera las advertencias en un estado fuera de peligro.

### Efectos negativos de multitud

Se puede llegar a percibir efectos negativos por la cantidad de imágenes que circulan en las redes ya que es constantes y no tiene tanta atención de los públicos, por tanto, su cantidad excede su interacción.

### Ecosistemas digitales



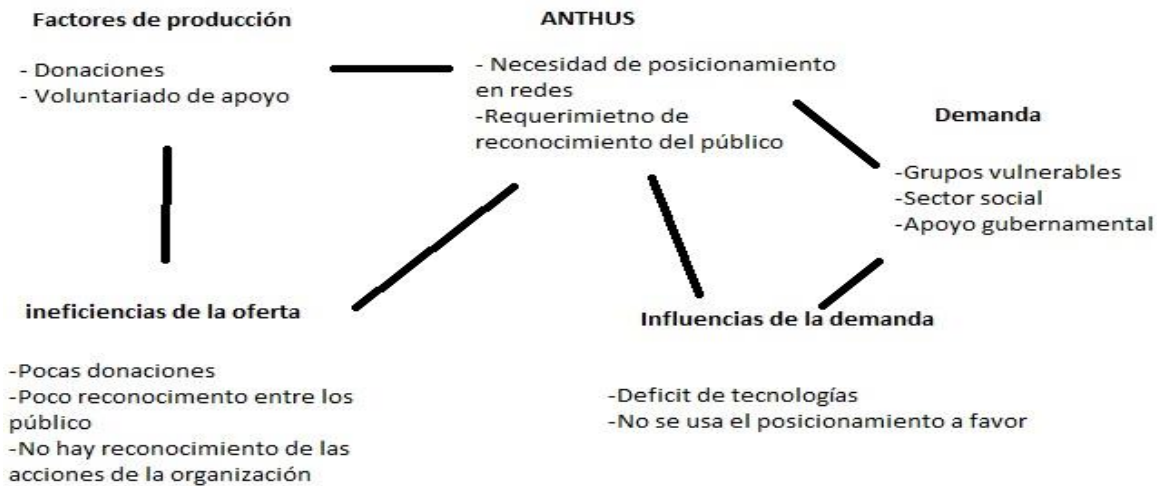
La estrategia que se plantea es crear foros abiertos de discusión y acercamiento a los medios digitales ajenas a ellos, de esta manera se puede hacer un uso efectivo de los materiales ya existentes creados por ANTHUS.

Estos materiales están contextualizados y reconocidos al ser ANTHUS una organización con alcance nacional.

### Cuadro de Ineficiencias

Se presenta a continuación el cuadro de ineficiencias, resultado de un diagnóstico preliminar a ANTHUS.





## Mapa de sistemas

### Voluntarios

Sujetos que se ofrecen para apoyar a las personas que se han visto afectadas por estas situaciones y ofrecen sus experiencias para ayudar a los sujetos vulnerados

### Patrocinadores

Principal flujo de capital económico es este se encuentran donadores externos y apoyo gubernamentales.

### Administradores y auxiliares

Fundadores y funcionarios con un cargo en la organización, se desempeñan funciones administrativas

### Beneficiarios

Se encuentran los grupos que se espera ayudar, son el objeto a donde va dirigido todo el esfuerzo.

- Contexto para los medios y la sociedad digital. Ciclo del proyecto.

La organización de la cual se desprende el siguiente trabajo es ANTHUS (Asociación Nacional contra la Trata Humana en la Sociedad), asociación civil con la meta de prevenir, sensibilizar y erradicar la trata de personas en México.

ANTHUS reside, de acuerdo con su página web, en la ciudad de Puebla.

#### Microsistema

El estado no es ajeno a la problemática de trata de personas; de acuerdo con el periódico digital e-consulta.com Puebla el 2do lugar en cuanto a víctimas de este delito. El caso más reciente y escandaloso sucedido en el municipio fue la detención de una pareja que explotaba sexualmente a dos mujeres en hoteles locales.  
*Recuperado de [periodicocentral.mx](http://periodicocentral.mx)*

#### Mesosistema

Desde una visión estatal Puebla ocupa la segunda posición en víctimas de trata registradas, solo después de la capital del país. Esto refleja un incremento en la violencia del estado junto con la documentada ola de feminicidios y crímenes de género.

Deshonrosamente Puebla, Chiapas, CDMX, Oaxaca, Baja California del Norte y México reúnen el 76 por ciento de las averiguaciones por crímenes de trata, en el periodo de junio de 2012 a 2015.

#### Exosistema

A nivel nacional las cifras se vuelven más exorbitantes y alarmantes, sin cifras oficiales se estima que las víctimas de este delito llegan hasta los 500 mil. De acuerdo con El Economista existen 47 grupos de delincuencia organizada involucrados en la trata de personas con distintos fines, que van desde laborales hasta sexuales.

Una investigación realizada para el Instituto Belisario Domínguez del Senado de la República informa que alrededor de 21 mil menores de edad son captadas mediante engaños a redes de tráfico y explotación sexual. 93% de las víctimas son mujeres, 26% menores de edad, dato importante es que alrededor de 45.4% de las víctimas en general son captadas por una persona conocida. El artículo periodístico declara "México está catalogado como un país de origen, tránsito y destino de víctimas de trata de personas."

## Macrosistema

El informe mundial sobre la trata de personas del año 2014 publicado por la UNODC (Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito) da a conocer los siguientes datos:

- Entre 2010 y 2012 se identificaron víctimas de 152 nacionalidades de 124 diferentes países en todo el mundo.
- Al menos 5% de las víctimas detectadas atraviesan el mundo.
- Más de 6 de cada 10 son trasladadas cruzando, al menos una frontera nacional.
- De las personas condenadas por trata 72% son hombres
- El índice de trata en niños creció de 2004 a 2011 de 3% a 11% y en las niñas de 10% a 21% en el mismo periodo de tiempo.
- Más de 2,000 millones de personas no están protegidas conforme a lo dispuesto en el Protocolo contra la Trata de Personas de las Naciones Unidas.
- Solo 4 de cada 10 países comunicaron que habían registrado 10 o más fallos condenatorios por año y casi el 15% no había registrado ninguno en absoluto.
- Las 3 principales formas de explotación a las víctimas son:
  - Trabajo forzado
  - Explotación sexual
  - Extracción de órganos

- [Análisis de contexto social/económico de la sociedad de la información](#)

La principal manera en que ANTHUS proporciona servicios de cuidado y atención es un modelo que llaman *Casa ANTHUS*, que aplica las técnicas de refugios

nacionales e internacionales a manera de atención para las víctimas con antecedentes de explotación sexual. Además, cuentan con el programa *Horas Anthus*, donde alumnos de universidad, secundaria y preparatoria apoyan a la lucha contra este delito.

Sin embargo, el material de análisis será las diferentes estrategias tomadas desde su sitio web: el primero es el *Manual de información y prevención*, un documento disponible en línea, éste cuenta con información legal basada en la legislación vigente en el ámbito estatal, federal e internacional. Dicho manual contiene información sobre los medios de captura que utilizan los delincuentes para someter a sus víctimas, así como descripción de casos, inclusive fortalece la cultura del autocuidado y la denuncia a través de actividades, expresa el sitio web.

Este manual está disponible en 3 lenguas indígenas: mazateco, totonaco y náhuatl (Sierra Negra, Sierra Noroeste, Sierra Oeste).

Material audiovisual: el canal de la ONG cuenta con distintos videos realizados por con la finalidad de explicar la problemática.

Podcast: finalmente, el sitio cuenta con largas pistas de audio que responden preguntas frecuentes en cuanto a la materia. En estas semblanzas en audio se explican temas como los métodos de enganche más comunes y medidas de cuidado personal.

- Propuesta de estrategias

**Estrategia 1: Las poblaciones vulnerables deben identificar las situaciones de riesgo y lo que conlleva ser víctima de la trata de personas.**

Análisis del contexto:

¿A qué cambios queremos contribuir?

A la sensibilización y prevención de la trata de personas, así como la reducción de los factores que la propician.

¿A quién nos dirigimos?

Basado en los datos anteriores se debe tener prioridad en mujeres y menores de edad.

¿Con qué mensajes?

Con mensajes claros, contextualizados en la sociedad poblana.

¿Qué canales y herramientas son los más efectivos?

Las herramientas indicadas son actividades presenciales y charlas en grupo.

¿Como medimos el éxito?

La manera inmediata de medir la efectividad del programa es saber si el público meta conoce los factores de riesgo y las causas de la trata de personas. Sin embargo, la manera ideal es una planeación a largo plazo que se vea reflejada en las estadísticas anuales conforme estos delitos.

### **Objetivos**

Que el público meta reconozca los factores de riesgo que propician la trata de personas.

### **Público meta**

Mujeres en un rango de 13 a 26 años en zonas de bajo desarrollo económico

### **Mensajes**

Informar sobre las consecuencias que tiene la trata de personas.

Presentar testimonios que relaten experiencias.

### **Herramientas y canales**

Foros públicos, espacios de opinión y divulgación de información legal en cuanto al tema.

Hilo conducto de preguntas clave para elaborar una estrategia

Proyecto: Incentivar en las comunidades alejadas la alfabetización digital para que estas puedan usar de manera correcta los materiales existentes

Institución: ANTHUS

Se utilizará múltiples estrategias de comunicación interpersonal

- Reunión con grupos beneficiarios
- Visitas de campo
- Foros al aire libre

### **Estrategia 2: Alfabetización mediática/digital en las comunidades para que puedan utilizar las herramientas diseñadas por Anthus**

¿A qué cambios queremos contribuir?

Se busca realizar una estrategia de alfabetización digital en las comunidades vulneradas. Que reconozcan la importancia y los mitos y verdades acerca de la tecnología.

¿A quién nos dirigimos?

A poblaciones alejadas de la mediatización de la tecnología con rezago económico y tecnológico debido a su lejanía de las grandes concentraciones urbanas.

¿Con qué mensajes?

Con mensajes adaptados a su contexto socioeconómico que hablen de la relevancia de nuevas las nuevas tecnologías para informarse y educarse de maneras novedosas

¿Qué canales y herramientas son los más efectivos?

El canal más idóneo para acercar la información al grupo meta son foros abiertos donde la mayoría de la población pueda acercarse.

¿Cómo medimos el éxito?

Se considera la estrategia exitosa si la población puede reconocer la importancia y relevancia de las nuevas tecnologías de información y se muestra abierta a relacionarse con ella.

### **Objetivos**

Alentar a la comunidad a acercarse a las nuevas tecnologías de una manera informada

### **Públicos meta**

¿Cuáles son las personas determinantes para impulsar/frenar un cambio social?

Los habitantes de la población tienen en si la responsabilidad de informarse, por lo que la estrategia planea incentivarlos a romper los paradigmas de la tecnología

¿Cómo perciben el problema o situación?

La problemática de la trata de personas se acentúa en sectores con poco conocimiento de factores de riesgo, en algunos casos se piensa que la tecnología contribuye a la problemática.

¿Cómo deberían involucrarse?

De manera directa, para que pueda resolver dudas de manera precisa

### **Mensajes**

El mensaje general que se quiere transmitir es que las nuevas tecnologías de información y comunicación tienen una amplia serie de ventajas, recalcar estas sobre la comunidad y de igual manera ilustrar los peligros de las tecnologías.

### Herramientas y canales

Se ocupará la comunicación interpersonal, de manera grupal se discutirá el tema abriendo puerta a la aclaración de dudas.

Este formato es adecuado para la audiencia ya que se limita a comunidades apartadas donde la población es reducida y una actividad al aire libre tiene mayor fuerza de convocatoria.

Es adecuado para la complejidad del mensaje debido a que se contará con la experiencia de personal calificado e ilustrado, la unión de distintos grupos con variantes de edad ayuda a la comprensión del mensaje.

Aspecto	Información general de análisis
¿Qué temas y mensajes principales queremos comunicar?	La importancia de las nuevas tecnologías de información y que el acceso a estas puede proporcionar información imprescindible para evitar situaciones de riesgos
¿Por qué estos mensajes?	Debido a su gran relevancia en comunidades alejadas y en las repercusiones sociales que tendrán en sectores vulnerados
¿A quién se dirigen principalmente?	A sectores en situación de riesgo de trata de personas que no tengan acceso a información preventiva y/o no sepan utilizarla adecuadamente.
¿Cuáles canales y métodos son los más efectivos?	El método más idóneo que se identificó son foros al aire abierto donde se expliquen los beneficios y se aclaren



	<p>las dudas de las TIC's en comunidades que no tengan conocimiento y se quiera implementar</p>
<p>¿Cómo medimos y evaluamos el éxito?</p>	<p>La estrategia se considera exitosa si las comunidades logran reconocer que el acercamiento a estas nuevas tecnologías es necesario y puede ser de gran ayuda para la ilustración de problemáticas y como resolverlas</p>
<p>¿Existen personas/actores que resisten o dificultan estos cambios?</p>	<p>La principal barrera es la desinformación que se tiene en estos sectores alejados de la gran mediatización de las tecnologías de comunicación. Como segunda problemática existe el rezago económico que lleva al tecnológico</p>
<p>¿Qué y quienes facilitan y apoyan los cambios?</p>	<p>La fundación debe ser una de las grandes promotoras para incentivar este apoyo, de igual manera las generaciones jóvenes se muestran más abiertas a adoptar nuevas tecnologías ayudando así al cambio de pensamiento de mayores grupos</p>

## o Conclusiones

La organización civil ANTHUS utiliza los recursos didácticos a su disposición de una manera innovativa, por lo cual los materiales audiovisuales son un método muy útil en personas que padecen situaciones de riesgo. No obstante, en el contexto de la ciudad de Puebla estas innovaciones tecnológicas no sirven en un contexto rural donde la tecnología no está disponible a todos los sectores; lamentablemente es en estas comunidades donde se vive mayor peligro de que las mujeres sean engañadas y caigan en la problemática social que es la trata de personas.

## ○ Bibliografía

Rubén Torres . (2017). México, sin cifras precisas sobre trata. 12/03/18, de El Economista Sitio web: <https://www.economista.com.mx/politica/Mexico-sin-cifras-precisas-sobre-trata-20170730-0073.html>

Patricia Mendez. (2017). Encabeza Puebla averiguaciones por trata de personas: Senado. 12/03/18, de e-consulta.com Sitio web: <http://www.e-consulta.com/nota/2017-08-06/politica/encabeza-puebla-averiguaciones-por-trata-de-personas-senado>

Patricia Mendez. (2017). Lidera Puebla trata de personas desde hace cinco años en el país. 12/03/18, de e-consulta.com Sitio web: <http://www.e-consulta.com/nota/2018-03-08/seguridad/lidera-puebla-trata-de-personas-desde-hace-cinco-anos-en-el-pais>

Magarely Hernandez. (2017). Detienen a dos por trata de personas en Puebla; explotaban sexualmente a sus víctimas en hoteles de la capital. 12/03/18, de periodicoentral.mx Sitio web: <http://periodicoentral.mx/2018/pagina-negra/crimen-y-castigo/item/5316-detienen-a-matrimonio-por-trata-de-personas-en-puebla>

<https://www.anthus.org.mx/>

Informe mundial sobre la trata de personas. Resumen ejecutivo (2014) Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y los Delitos