

Social Media Thinking para el abordaje estratégico de la erradicación del trabajo infantil en Chile, un modelo inspirado en la Nueva Teoría Estratégica

FRIAS, A. Universidad Complutense de Madrid. Directora e Investigadora de la Cátedra Itinerante de la Nueva Teoría Estratégica.

Palabras clave: Comunicación estratégica, trabajo infantil, Social Media Thinking, Nueva Teoría Estratégica, Innovación Social, Nuevas Tecnologías, Redes Sociales

Resumen

El año 2020 es una fecha decisiva para la erradicación del trabajo infantil a nivel de la región de Latinoamérica de acuerdo a los acuerdos internacionales establecidos en la cumbre mundial de la Haya del 2010. Pese a los esfuerzos realizados por diferentes instituciones gubernamentales, organizaciones privadas y del tercer sector en Chile a lo largo de 10 años las últimas cifras de 2013 revelan que aún hay 229 mil niñas, niños y adolescentes trabajadores en Chile. 9 de cada 10 de estos niños está involucrados en alguna de las peores formas de trabajo. Esta situación tiende a reproducirse mayoritariamente entre adolescentes de 15 a 17 años de edad. Los principales motivos están íntimamente vinculados a contextos de pobreza y la percepción favorable al trabajo infantil.

Para intentar dar un nuevo enfoque estratégico al abordaje de la problemática hemos estudiado el problema desde la mirada de la ciencia de la Nueva Teoría Estratégica y con algunos de los modelos teóricos surgidos de él como el Social Media Thinking. La revisión bibliográfica de los informes y estudios sobre el trabajo infantil en América Latina y en Chile nos aportaron datos relevantes para poder comprender la naturaleza del problema y poder colocarnos de forma empática en la mentalidad del niño trabajador chileno.

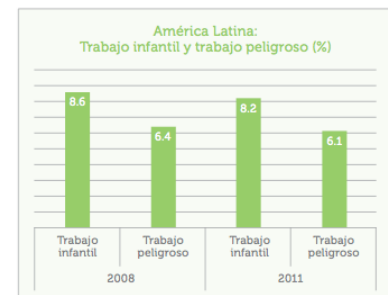
Los principales resultados apuntan a que un cambio cultural puede ser la base. El enfoque estratégico dirigido hacia un cambio cultural de mentalidad de la idea de pobreza hacia la riqueza en los niños y sus familias en situaciones de vulnerabilidad, puede ayudar a cambiar el comportamiento social y evitar la reproducción de la problemática principalmente en adolescentes. La comunicación será fundamental para la creación de esta nueva cultura social que soporte las acciones a favor de la erradicación del trabajo infantil a largo plazo.

La propuesta presentada representa mirar más claramente la raíz profunda de las causas del problema y co-diseñar mediante el diálogo con los propios niños trabajadores y otros actores posibles soluciones mediante el trabajo en red; conectado mediante la comunicación humana para el cambio de comportamiento y la comunicación tecnológica para la articulación y articulación de esfuerzos en diferentes niveles hacia la creación de una nueva mentalidad cultural.

Introducción

En 2016 se cumple el plazo establecido a nivel internacional para la erradicación de las peores formas de trabajo infantil planteadas en el Convenio núm. 182 de la OIT. Este compromiso fue ratificado por Chile en la Cumbre Mundial sobre el trabajo infantil de la Haya en 2010 en donde se estableció una hoja de ruta para alcanzar la meta de erradicar de la región el trabajo infantil en 2020.

Recientemente en la III Cumbre Global de Brasil en 2013 se ha dado un toque de atención a los países de América Latina y el Caribe para acelerar los esfuerzos para cumplir con los objetivos planteados, luego de que en los últimos años las cifras revelan un estancamiento en el cumplimiento de los resultados. La realidad hoy es que los países de la región aún están lejos de cumplir la meta pues la incertidumbre económica mundial -que paradójicamente ha propiciado el incremento económico en estos países-, las dinámicas de cambios políticos, sociales, culturales y tecnológicos de los últimos años, han supuesto nuevos desafíos para abordar la problemática de formas más determinantes y estratégicas.



Fuente: Elaboración en base al informe OIT (2014) "El trabajo infantil en América Latina 2008-2011".

En el caso específico de Chile, 10 años han pasado desde que las autoridades asumieron este compromiso internacional y establecieron un primer plan Nacional Estratégico para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil (2001-2010). En los últimos años, el cumplimiento del plan se han focalizado entre otras cosas a la sensibilización social y a la búsqueda y obtención de información cualitativa y cuantitativa confiable, para entender la naturaleza y causas de la problemática en el país. Sin embargo, debido a la naturaleza compleja del problema, las acciones siguen siendo insuficiente para erradicar el problema a nivel nacional desde la raíz.

Pese a los esfuerzos realizados por diferentes instituciones gubernamentales, organizaciones privadas y del tercer sector, las últimas cifras de 2013 revelan que aún hay 229 mil niñas, niños y adolescentes trabajadores en Chile. 9 de cada 10 de estos niños está involucrados en alguna de las peores formas de trabajo, principalmente en el sector agrícola en la zona rural y en la zona urbana en el sector de servicios y comercio. Esta situación tiende a reproducirse mayoritariamente entre adolescentes de 15 a 17 años de edad. Los principales motivos están íntimamente vinculados a contextos de pobreza y la percepción favorable al trabajo infantil, entre muchas otras situaciones de vulnerabilidad y exclusión social.

Ante este escenario, el objetivo de esta investigación es ofrecer un enfoque estratégico en dirección hacia la innovación social mediante un cambio cultural para el abordaje de la

problemática del trabajo infantil en Chile. Este enfoque podría ayudar a desbloquear la visión de la problemática y derivar en propuestas concretas de acciones relacionales que favorezca no sólo la erradicación de las peores formas sino que además sienta las bases de nueva cultura de prevención a largo plazo.

Resolver esta problemática tan compleja, multidimensional y sectorial puede enfrentarse a grandes obstáculos si la perspectiva desde la cual se aborda la estrategia se ancla en las fórmulas estáticas, lineales, unidimensionales con las que se viene trabajando y que, como ya ha quedado comprobado en el último informe de la OIT, por ahora no están ofreciendo resultados con perspectivas de cambio permanente a largo plazo. Para intentar cambiar los resultados debemos partir de mirar el problema desde una perspectiva de múltiples enfoques alineados a la realidad del presente, que incluye nuevas dinámicas de relación, percepción y de pensamiento a los que está expuesta hoy la sociedad.

La hipótesis de la que partimos en este trabajo refiere que en la medida en que se aborde la estrategia desde un enfoque más humano, en clave de acciones en sistemas de redes sociales - tanto tecnológico como humano- se podrá articular mejor la estrategia para ofrecer soluciones más relacionales e integradoras para que cuyo resultado sea la innovación de todo el sistema en su conjunto a largo plazo.

Materiales y Métodos

Hoy en día quién nos permite aproximarnos desde la ciencia, a una problemática tan compleja como la erradicación del trabajo infantil, es la Nueva Teoría Estratégica (NTE) (Pérez, 2001; Pérez & Massoni, 2009). Esta teoría no solo trabaja con las perspectivas de la teoría de redes, la complejidad y el construccionismo, sino que además coloca *en el centro de la estrategia a la comunicación*.

Esta nueva mirada de lo que entendemos por “estratégico” que se ha venido desarrollando a lo largo de los últimos 12 años *-y que coincide de forma paralela con el surgimiento del movimiento disruptivo de las redes sociales en Internet y una nueva cultura digital-* propone 5 cambios básicos: (1) Trabajar con nuevos paradigmas científicos, entre ellos la complejidad (2) Recuperar al ser humano como protagonista e interlocutor principal (3) Entender a las organizaciones como centros de innovación y significación social (4) Pensar la estrategia como una ciencia para la articulación social y no para el conflicto (5) Trabajar con la transdisciplinariedad de estudios, y sustituir la economía por la comunicación como nueva matriz de estudio.

Esta teoría es una provocación constante a pensar e incluir en el diseño estratégico un enfoque y liderazgo comunicativo como principal elemento articulador de la realidad tanto a nivel individual y colectivo.

Para la Nueva Teoría Estratégica la comunicación *es hoy la estrategia* que nos puede ayudar a gestionar los entornos relacionales, dinámicos y complejos en los que vivimos influenciados por las nuevas tecnologías. Pero, su enfoque va más allá y pone énfasis en el rescate de lo humano en todo este proceso. Pensar y actuar desde la comunicación nos puede permitir hacer “vivir la estrategia” (Pérez, 2011) en el día a día de las instituciones comprometidas a resolver este problema, persona a persona y creando una nueva cultura, con un nuevo

pensamiento, más allá de las hojas de ruta y los documentos “estratégicos” en los despachos de los operadores políticos y las organizaciones.

El escenario que nos plantea la NTE es la transformación de las organizaciones e instituciones ante un nuevo paradigma cultural y social. Y en esta nueva cultura digital que emerge hay tres conceptos clave: La comunicación, tecnología y las personas.

El desarrollo de la tecnología y los nuevos medios sociales han puesto de relieve ante nuestros ojos la interconectividad e interdependencia a la que estamos expuestos todos en sociedad. Ahora es más fácil identificar el poder de influencia, cambio e innovación que tenemos en nuestras manos cuando utilizamos esta conectividad tecnológica y la comunicación humana con un propósito, tanto para lo positivo como para lo negativo.

Este escenario “Social Media” está haciendo replantearnos nuestros principios y valores como humanos al comunicarnos, esto está permitiendo articular un nuevo concepto de sociedad. Cada vez más pensamos en el cómo estar conectados o intercomunicados con nuestro entorno para crear o establecer relaciones que nos permitan resolver situaciones o problemas que nos afectan en la vida cotidiana y a nivel global de forma exitosa.

Social Media Thinking (Frias, A. 2013) retoma esos principios humanos simples como ejes articuladores de la interconectividad y la comunicación en el diseño de la estrategia, pues considera que cada ser humano es en sí mismo un “medio” de comunicación capaz de relacionarse por canales tecnológicos y sociales y al hacerlo es capaz de transformar su realidad. Este modelo, inspirado en la Nueva Teoría Estratégica, coloca en el centro del diseño estratégico la escucha activa de los seres humanos en su contexto específico. La articulación de la escucha activa (feedback) mediante herramientas tecnológicas y el desarrollo de la comunicación interpersonal, a niveles internos y externos del sistema, son la pieza clave para generar la chispa de la innovación en la creación y gestión de estrategias para el mundo de hoy. Social Media Thinking es pensar en modelos estratégicos dinámicos, inteligentes, humanos, responsables e interactivos.

Es así que mediante este marco teórico y una revisión bibliográfica de los informes y estudios sobre el trabajo infantil en América Latina, se pudieron extraer datos relevantes y distintas perspectivas sobre la naturaleza del problema específica de Chile. También se analizaron algunas de las metodologías y trabajos de intervención que ya se han venido realizando desde sus aspectos más psicosociales, socioculturales, comunicacionales, políticos, legales y empresariales. Este ejercicio de estudio interdisciplinar nos ayudó identificar elementos clave para la configuración de una propuesta concreta de enfoque en el modelo de abordaje estratégico para la erradicación del trabajo en Chile, el cual se presenta a continuación en los resultados.

Resultados

Es fundamental para la comprensión de esta propuesta saber desde dónde partimos. Nuestra base fundamental es el desarrollo de un modelo estratégico semejante al sistema estratégico de relación que configura la mental del niño trabajador tanto en sus niveles más internos (micro) psicosociales-culturales como a nivel externo (macro) socio comunicacionales-económicos y políticos, poniendo atención en el papel que juega la comunicación social en la creación de esa mentalidad. Este trabajo ha intentado acercarse a entender cómo se crea desde la mente del niño trabajador la estrategias de trabajar como forma de relación y supervivencia con su entorno pues es ahí donde se funda la raíz de la problemática, pero también la solución de la misma. Una vez que seamos capaces de ver la raíz de su estructura y hacernos conscientes de ello estaremos en condiciones de identificar los puntos de conexión sobre los cuales trabajar en el abordaje del diseño de tácticas adecuadas con acciones precisas dentro la estrategia general. Ese sistema de relación mental nos servirá como modelo de conexión estratégica de la comunicación interna (humana) y externa (tecnológica) del niño tanto a niveles macro como micro.

1. Diseña la estrategia con el niño estratega

El niño trabajador es un ser humano inteligente, creativo, consciente y sensible a las relaciones que se generan en su entorno. Partir de esta base es reconocer el valor, la dignidad e integridad del niño como ser humano no como una víctima. Desarrollar todo el planteamiento estratégico partiendo desde este punto de vista puede ayudarnos a establecer nuevas pautas, ideas y experiencias para generar estrategias relacionales más humanas y eficaces.

Y es que debemos abordar la estrategia como niños, quienes son tendientes a desarrollar la habilidad de escanear muy fácilmente el entorno social como forma de aprendizaje. Baste tomar su propio ejemplo: aquellos que deciden trabajar lo hacen como parte de la cultura y también como una estrategia de adaptación a su entorno. No podemos entonces concebir el planteamiento de una estrategia sin este mecanismo de escaneo y de escucha incorporado tanto a nivel estructural y de gestión de la estrategia misma que debe ser algo dinámico y vivo tal como lo plantea la Nueva Teoría Estratégica.

Esta habilidad de escaneo social permanente desarrollada por los niños trabajadores nos abre un amplio espectro de visión para intentar ser empáticos y comprender sus motivaciones internas y externas, que no son otras más que el deseo innato de ayudar a su entorno familiar y así mismos. Tal como lo estamos intentando hacer con esta investigación. Estas motivaciones no están muy lejos de las que mueven a lo que hoy llamamos emprendedores sociales, agentes de innovación social. Humanamente está en nuestra naturaleza el deseo de sobrevivir pero también de ayudara los demás y esta perspectiva debemos capitalizarla. Si miramos el problema desde aquí podemos comenzar a desmontar los mitos y preconcepciones sobre las vías que comúnmente se utilizan para aborda la problemática.

Este es el enfoque del que proponemos partir para dar un giro en el eje estratégico en el camino a la erradicación del trabajo infantil en Latinoamérica y muy específicamente en la región de Chile. Un estímulo de cambio que debe trabajar con los aspectos del cambio de percepción y la mentalidad del niño trabajador. Esto requiere abordar la estrategia desde un enfoque de cambio cultural que involucre a todo el sistema. Esto será determinante para obtener resultados diferentes a largo plazo.

Esto significa entender la problemática del niño trabajador en su relación de comunicación con la sociedad en otra dirección diferente a la concepción de la idea de la pobreza, pues es la raíz sobre la que se funda la reproducción de la problemática.

Sandra Massonni habla de que el contexto que nos rodea es lo que nos constituye. La acción de relacionarnos internamente con ese contexto; ideas, experiencias y forma de actual es una forma de comunicación y es de ese proceso del que resulta un concepto, una motivación o intensión de la acción.

Las motivaciones que constituyen la mente del niño trabajador chileno y que no difiere mucho a nivel cultural de los niños en Latinoamérica por la forma de pensamiento y los mensajes que se transmiten en su contexto. El más reciente estudio sobre la Magnitud y Características del Trabajo Infantil en Chile realizado por el Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC) de la OIT revela que un 41.7% de los niños trabajadores deciden hacerlo voluntariamente, mientras que un 23,4% lo hace para ayudar a sus familias.

Gráfico 23: Porcentaje de niños en trabajo infantil por ¿por qué trabajas?



Fuente: EANNA 2012.

Estas dos variables son relacionales ya que podemos intuir que el niño deduce que “tener su propio dinero” es la estrategia adecuada para relacionarse-comunicarse con su familia y entorno social desde el punto de vista de la supervivencia y el significado de la pobreza que recibe permanentemente del entono familiar y social.

El patrón mental que se puede llegar a construir desde esta base es que el valor personal y social está determinado por la riqueza desde el punto de vista económico. De esta manera la estrategia de comunicación interna/personal que desarrolla el niño -y que muchas veces alimentada por los padres- se realiza en la confirmación de que el dinero es la única forma de relación-comunicación familiar y social para la satisfacer todos sus deseos o necesidades materiales e incluso psicológicas.

Las cifras señalan que más de un 50% de los niños trabajadores utiliza el dinero en su cosas personales. Paralelamente el 50% de los padres reconoce que no pasaría nada en la familia si los niños dejasen de trabajar. Luego entonces, es aquí donde emerge uno de los huecos de intervención aún no explorado pues ilumina una de las sombras de lo que se piensa que es la causa del trabajo infantil: “ayudar económicamente a los padres”, pero en la base es una idea económica de ser.

Lo que sucede es que el niño en su inteligencia absorbe el concepto de pobreza desde la perspectiva económica en el que está basado todo el discurso de su entorno y del sistema. Incluso en el propio discurso para erradicación del trabajo infantil se reproduce este enfoque de solucionar la pobreza únicamente desde la perspectiva económica.

Gráfico 22: Distribución porcentual de los niños en trabajo infantil por uso del pago según variables seleccionadas



Fuente: EANNA 2012.

El niño construye significados y valores a partir del tipo de relación y comunicación con su entorno. En Latinoamérica, el significado del valor monetario y económico se ha adherido equívocamente a la cultura del aprendizaje del valor del esfuerzo. Los valores del sistema económico se han mezclado y han propiciado el desarrollo de la mentalidad de que el trabajo como valor económico es un valor superior y el único como camino para poder “ser” “alguien en la vida y salir del círculo de “pobreza” como lo detalla más ampliamente el estudio y la reflexión sobre una perspectiva cultural del fenómeno realizada por El Observatorio Laboral (2010).

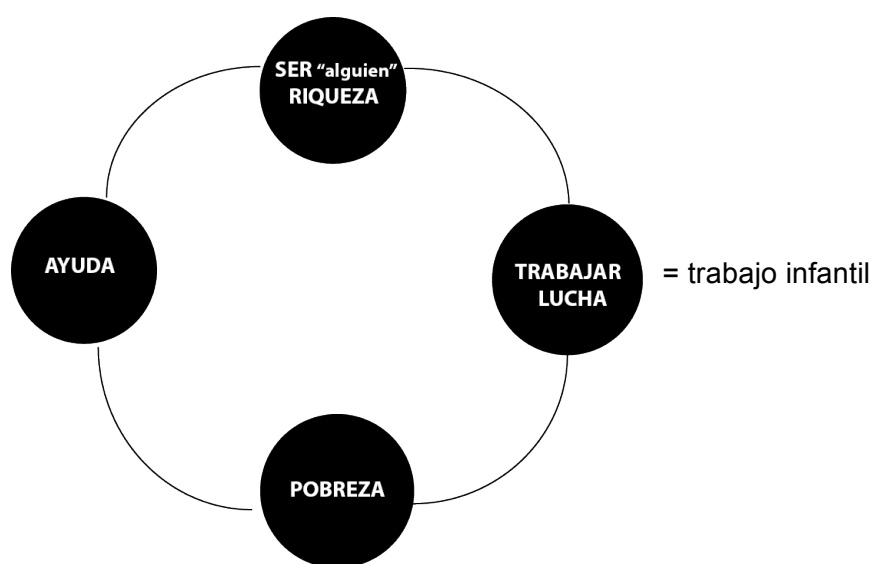


Figura 1. Conceptos sobre la mentalidad del niño trabajador

Este círculo de pobreza mental genera en el niño un sentido permanente de lucha y responsabilidad desbordante que impide al niño relacionarse de forma sana, natural y con alegría en su desarrollo asumiendo en su mentalidad una responsabilidad que en realidad debe ser soportado y repartido por el entorno adulto y social.

El desarrollo de esta mentalidad del niño se ve directamente influenciado por la mentalidad, valores culturales y sociales de los padres, debemos ser consciente que este proceso no es unidireccional pues los niños también pueden llegar a tener un poder de influencia hacia sus padres y entorno familiar en determinadas circunstancias. Esta relación simbiótica es otro de los huecos con los que debemos trabajar no sólo en la intervención directa con los niños y sus familias sino también entre los operadores y en el diseño de la estrategia.

Hegel afirmó que en la contradicción está la raíz de todo movimiento. Centrarnos en un cambio de percepción desde la pobreza hacia la riqueza de la infancia puede generar un movimiento en la dirección contraria al discurso de pobreza que ha generado durante siglos el sistema económico entre padres e hijos, sociedad e instituciones, gobierno y empresas en estos momentos importantes de cambio social.

El tipo de comunicación que articule la estrategia debe no perder de vista esta visión en dirección a la riqueza innata de los seres humanos y debe ser una historia no solo contada sino experimentada. Esta visión es fundamentalmente bueno defenderla para la restauración del equilibrio en la mentalidad del propio niño trabajador para que sea capaz de influenciar y expandirlo en todo su entorno.

Partiendo de que se SER niño es fundamentalmente bueno tengas o no tengas dinero, los cuatro principios fundamentales y valores sobre los que se propone trabajar la comunicación-relación- acción para dar una dirección estratégica serían: La creatividad como el propósito natural de ser niño, el desarrollo de la habilidad empática como la consciencia de vivir en sociedad, la capacidad de compartir como la sabiduría relación del niño con su entorno y los "otros", la experiencia de vida como aprendizaje y reconocimiento del valor del esfuerzo.

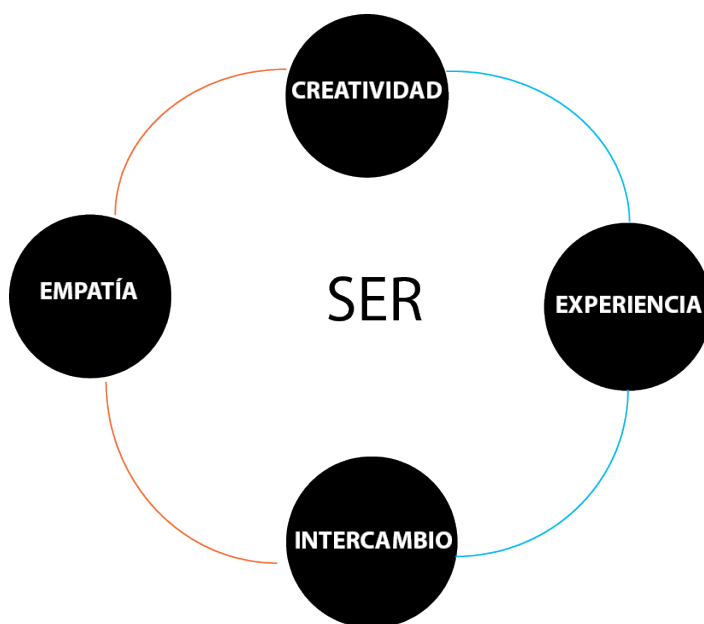


Figura 2: Conceptos fuerza orientados al cambio cultural de la mentalidad del niño trabajador

Estos cuatro principios se presentan como la visión y el fundamento sobre la cual partir en el enfoque de la configuración de la estrategia que deberá relacionarse de forma sistémica y construirse mediante el diálogo y la colaboración hacia la erradicación del trabajo infantil.

¿Cómo se aterriza esta estrategia?

Si los niños trabajadores han desarrollado la habilidad de crear estrategias. ¿Por qué no podrían aportar creatividad, visión, empatía y experiencia al a diseñar de forma colaborativa y empática la propia estrategia de la erradicación del trabajo infantil en Chile?

Propuestas:

1.- El diseño de la estrategia como estrategia:

Se propone realizar a nivel nacional una campaña nacional de sesiones de co-diseño estratégico en torno a la problemática en donde participen los propios niños y adolescentes trabajadores, sus padres y todos los actores con perfiles multidisciplinares de los sistemas involucrados y crearles una experiencia nueva de valor por un lado para los niños y de sensibilización para los actores: padres, empresas, políticos, ONG, instituciones y medios de comunicación. La idea es que los niños nos hablen desde la experiencia, de sus necesidades y aporten ideas creativas para el diseño del plan estratégico nacional desde un nuevo enfoque pero dirigidos hacia los cuatro principios que hemos señalado. Un equipo de facilitadores estratégicos (comunicadores) deberá guiará las múltiples sesiones de co-diseño con participaciones presenciales de los niños en interacción con los actores para poder extraer la sabiduría e ideas que emerja de forma colectiva en dirección a la visión estratégica planteada, pero también la identificación proyectos ya en marcha que también se puedan articular.

La idea es crear un espacio de diálogo en el que la inteligencia colectiva sea el contenedor del diseño estratégico y poner en valor la mente emprendedora social del niño trabajador. Esta cruzada de diseño nacional en su ejecución también deberá hacer valer estos principios que proclama, como una forma de inspirar y de manifestar la nueva cultura que se pretende crear a nivel social. Debe además, aportarse una versión online de estas sesiones y recoger testimonios comunicativos de los propios involucrados dándoles voz. Además se pueda volcar la información de forma transparente sobre cómo se realiza el proceso y para que el diseño de la estrategia se abra a toda la ciudadanía para aportar ideas y evaluarla. Tal vez no será necesario crearla la herramienta de cero sino re-utilizar, extender o conectarla a alguna herramienta ya existente como el Sistema de Registro Único para alimentarla también de datos e ideas útiles.

Claim de la cruzada nacional:

Diseñando el futuro Chile 2020. Porque crear un país sin trabajo infantil es *básicamente (fundamentalmente) bueno.*

El objetivo de la acción también debe ser en sí misma comunicativa para colocar en la agenda nacional el tema y lanzar el mensaje a nivel social de que la niñez es un tema prioritario y es la base de un nuevo modelo de articulación del cambio social. Significa decir que estamos en un momento crucial para cambiar el rumbo y sembrar la semilla de un cambio a largo plazo del país y el primer paso es erradicar en sus totalidad el trabajo infantil como primer esfuerzo tocando desde la base la mentalidad cultura sobre el sentido de la riqueza de la infancia.

La comunicación de la acción y la acción misma deberá enfocar sus esfuerzos en dar prioridad a la inclusión del niño trabajador en estas sesiones pero incluyéndolo no como víctima sino considerándolos como emprendedor social. Con la comunicación puesta en esta dirección el mensaje es claro. Empoderar al niño con una cultura del Sí puedo, y de un manejo responsable, empático y de valor de sus actividad creativa.

La experiencia puede ser en sí misma un laboratorio experimental sobre las reacciones de los niños al ser considerados como niños llenos de creatividad y riqueza y no como víctimas para el desarrollo de estrategias posteriores en esa dirección. También para que ellos sean los que expandan en red a otros posibles niños trabajadores su experiencia.

La propuesta concreta de sesiones de co-diseño estratégico estarán dirigidas hacia :

- 1) Tomar en cuenta la opinión del niño como sujeto activo y consciente y lo coloca en el centro del diseño
- 2) Articular y escuchar mediante el diálogo online-offline soluciones con todos los actores involucrados
- 3) Enviar un mensaje social de que este es un asunto es fundamentalmente importante para la sociedad Chilena y para el cambio social
- 4) Que estamos haciendo las cosas de forma diferente, con nuevas metodologías y perspectivas
- 5) Que busquemos construir vínculos basados en el sentir como sociedad y como seres humanos para sensibilizar a los propios actores

Como resultado de este ejercicio además de la sensibilización en acción es trabajar a nivel interno para identificar a aquellas personas o proyectos que se ubiquen en el nodo estratégico central para ser incluidos en la gestión y toma de decisiones desde la perspectiva del cambio de la mente del niño, de la estructura gubernamental y de la sociedad en su conjunto como un sistema de redes colaborativas.

2. Social Media Thinking un modelo mental para el diseño de conexiones estratégicas en red de la estrategia.

Una vez que abran espacios para el diálogo en la línea de los principios que se han planteado surgirán nuevas ideas y emergerán propuestas ya en marcha que podrán enriquecerse con la nueva visión y que habrá que recolocarlas dentro de un modelo sistémico en dirección hacia cada uno de los objetivos concretos establecidos por el nodo estratégico central.

Este primer esquema básico que se muestra en la Figura 3 representa la imagen de la mente-cerebro sociocultural del niño y que nos permitirá poder ir colocando los elementos desarrollados en la estrategia en cada una de las esferas. La figura está dividida en dos partes o hemisferios, la parte izquierda corresponde a la dimensión psicosocial-educativa del niño y la parte derecha la dimensión política, social e institucional. Este primer esquema se integran los cuatro principios estratégicos como puntos de referencia para articular las tácticas siempre desde una escucha activa, como eje de innovación.

Lo relevante de tener este mapa mental es que nos ayuda a ubicar y comprender la relevancia de permitir el flujo de la comunicación de las esferas en diferentes niveles para poder trabajar con el problema de forma integral y estratégica identificando los nodos que los conectan. El tipo de comunicación interna o de un hemisferio en donde se coloque alguna de las acciones propuestas en la sesión de co-diseño repercutirá y manifestara en la comunicación externa y en el otro hemisferio en la misma dirección. Por ejemplo: Supongamos que en la sesiones de co-diseño emerjan propuestas de trabajo en los aspectos internos del niño que giran alrededor de la atención psicología de los niño; mediante modelos intervenciones directas que ayuden a mejorar la comunicación familiar y también la forma de relacionarse el niño con el mundo y consigo mismo desde la riqueza innata. Esta propuesta se colocaría en la parte izquierda de la esfera de la comunicación offline y humana. En los aspectos más prácticos de la dimensión social o institucional esto significaría generar una acción de comunicación directa uno a uno con relaciones de sensibilización político, social y empresarial sobre como nos sentimos como sociedad respecto a la realidad y de cómo pensar en la erradicación del trabajo infantil puede generar riqueza en un país, confianza y responsabilidad en una empresa y credibilidad política. Esta propuesta se colocaría en el hemisferio derecho y podría ser apoyada por una estrategia de comunicación online en redes sociales digitales para potenciar su impacto.

La comunicación tanto como la estrategia hoy en día no puede pensarse sin estos elemento básicos que combinen y den coherencia a la comunicación interna-externa, online-offline; humana y tecnológica. Es en la convergencia de estos cuatro flujos interdependientes podremos encontrar las conexiones para el cumplimiento de los objetivos. La clave es trabajar con nodos estratégicos que tomen el rol de articuladores de la estrategia en la toma de decisiones y en la acción.

Los nodos estratégicos deben tener la función de unir, de escanear permanentemente el entorno y ordenar ese feedback e ir recolocando alrededor de los cuatro principios estratégicos, las dinámicas de relación y movimiento entre ellos para co-dirigir proyectos, ideas, evaluaciones de tácticas y acciones concretas.

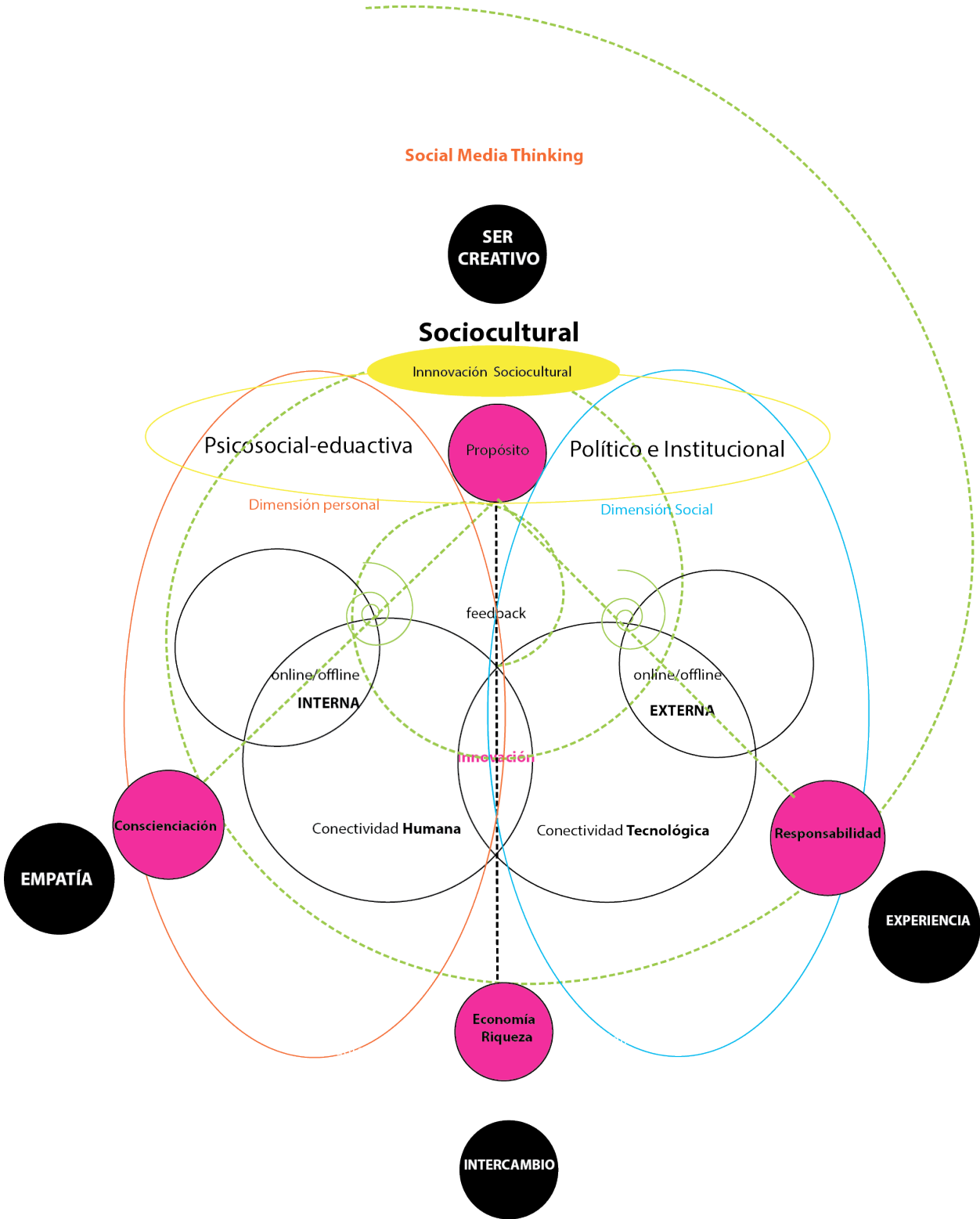
El modelo básico mental del Social Media Thinking que hemos diseñado para el abordaje del trabajo infantil lo explica de forma esquemática más clara. Esta sostenida por los principios de cambio de enfoque comunicacional íntimamente interconectados a diferentes esferas o área de abordaje:

1. Creatividad – Propósito General - Autoestima del niño-Apertura a la Innovación Social
2. Empatía – Concienciación Social - Entorno familiar – Dimensión Psicosocial – Educativa
3. Intercambio – Economía- Riqueza Interna y Externa- Donde se unen dimensiones
4. Experiencia – Responsabilidad – Valor del Esfuerzo – Dimensión psicosocial-institucional

Estos cuatro principios se representan como esferas con diferentes niveles de significación y acción y cuyo patrón puede ser repetido en el diseño de la estrategia en cada nodo o sistema de la red.

La columna vertebral del cambio pasa directamente por la relación de la economía vista desde un enfoque diferente de rentabilidad abrazado por sus aspectos de comunicación más humanos y sociales.

Figura 3. Modelo básico Social Media Thinking para el TI



3. Articula la estrategia en redes sociales conectadas a otras redes desde la mente del niño estratega

Los cuatro principios de la estrategia se pueden articular con otros sistemas de la siguiente manera en el modelo de Social Media Thinking para la erradicación del trabajo infantil:

El eje del propósito de innovación social centrado en el modelo de desarrollo mental del niño nos debe ubicar en los objetivos reales que debemos plantear en cuanto a relación con la erradicación del trabajo infantil. Debemos plantear esto siempre como un objetivo para dar forma a la realidad que queremos modificar. Ese objetivo deberá estar dado en cifras pero más importante en cambios de comportamientos sociales.

El objetivo tal como lo plantea el esquema debe trabajarse en tres niveles: valores, cultura y educación los cuales son ejes dependientes de los cuatro principios estratégicos de las tres áreas señaladas como prioridad para la erradicación del trabajo infantil en sus peores formas: sector agropecuario y rural, comercial y urbano, terceras personas y familiar.

Sector agropecuario. Focalizar en la accesibilidad de la educación.

¿Qué tipo de educación? Educación creativa, financiera y de vida con nuevos valores culturales.

Sector comercial urbano. Focalizar en desarrollo de valores y responsabilidad social: Empresarial, político y social

¿Qué tipo de valores, que tipo de responsabilidad, qué tipo de políticas públicas, que tipo de relación social?

Valor de respeto y responsabilidad por la infancia. Colocar en el centro de las políticas públicas el desarrollo integral del niño y la valoración social de la importancia de la infancia para el futuro.

El área familiar y terceras personas: Focalizar en el desarrollo de una nueva cultura familiar

¿Qué tipo de cultura? Basada en valores humanos, la comunicación familiar y social sin agresión y con amabilidad.

Como columna vertebral y camino para llegar a estos objetivos se proponen tres tipos de medidas-acciones en dirección a articular los esfuerzos de interacción entre las diferentes esferas o sistemas: protección-intervención, prevención y participación social.

Todo esta perspectiva compleja pero de trabajo relacional debe ser gestionada en nodos estratégicos como ya lo planteamos con anterioridad para tener la capacidad de redirigir la estrategia identificar posibles problemas, soluciones y acciones conjuntas en dirección al objetivo general.

El resultado de esta conectividad será la innovación de la forma de trabajar las estrategias, de las personas que trabajan en ellas y se ven afectadas por ellas generando un mayor compromiso a través de una nueva comunicación y relación. Nos puede ayudar a innovar desde el punto de vista económico o de rentabilidad desde la nueva cultura de riqueza y de las empresas, instituciones y organizaciones fortaleciendo nuevos comportamientos e iniciativas responsables de las acciones en torno a la lucha contra la erradicación del trabajo infantil.

Este último esquema de la figura 4 Se propone trabajar en la **Dimensión Personal** con diferentes sistemas:

El sistema educativo, el sistema de salud en sus aspectos físicos y mentales, el sistema familiar y el sistema social en su conjunto. Esta dimensión podría estar más enfocada al trabajo de acciones de comunicación interna de la mentalidad del niño desde la perspectiva humana, de persona a persona. Se deberá formar a los actores de estos sistemas en este nuevo marco para que comprendan la filosofía de la estrategia. Pero como ya lo hemos dicho antes se puede utilizar la tecnología para esta formación y también alimentar de forma permanente con información cuantitativa y cualitativa el resultado de estas acciones al nodo central. Por ejemplo: Utilizar el actual sistema de registro único para dar seguimiento a las intervenciones e ir midiendo los resultados de las intervenciones del sistema de salud con las familias en un programa específico para después ubicarlo en otro programa o sistema para dar seguimiento. Los miembros que realicen las intervenciones deberán también ser formados en esta nueva visión de los cuatro principios.

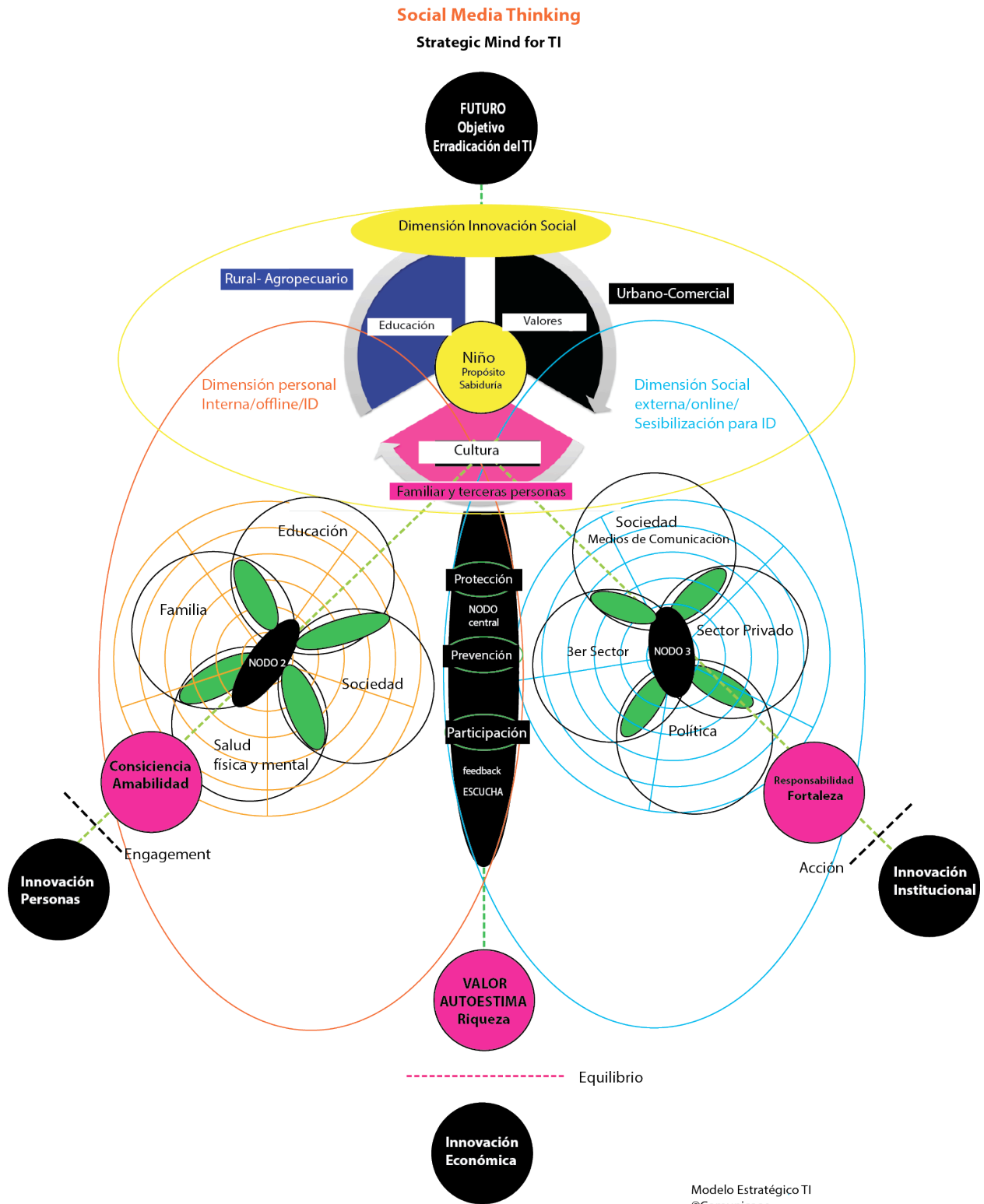
En la **Dimensión Social** se contempla de inicio trabajar con:

El sistema político, empresarial, no gubernamental, la sociedad y de los medios de comunicación. Esta dimensión estaría más enfocada a acciones estrategias de comunicación externa y de sensibilización desde los cuatro principios. Nuevamente es importante formar a los diseñadores y ejecutores de la estrategia de los cuatro principios para que las acciones que se articulen caminen en la misma dirección con sus propuestas independientes.

Ejemplo: Una campaña de sensibilización con el apoyo de los nuevos medios de comunicación social. Que incluya a los líderes responsables de los nuevos medios como Facebook se sume y permita una campaña el uso del ícono de Like como símbolo de básicamente bueno como parte de su aportación a esta cruzada nacional. Podría pedírseles crear un botón específico para apoyar la campaña. Este mensaje debe unirse con alguna campaña de certificación de responsabilidad social empresarial y con alguna proclamación legislativa en torno a ello. Estas acciones estarían enlazadas con la medida de prevención y participación del nodo central que conectaría con el aspecto social del nodo de la dimensión personal o psicosocial-familiar.

Todas estas acciones deberán ser dirigidas y articuladas de forma inteligente y mediante colaboración permanente con ese grupo que conforme el nodo estratégico central que puede ser colaborativo para conectar con la iniciativa regional América Latina y el Caribe libre de trabajo infantil.

Figura 4. Modelo SMT adaptado a la erradicación del TI



Conclusiones

1. La percepción positiva del trabajo desde el aspecto cultural es uno de los grandes focos a abordar en la estrategia de la erradicación del trabajo infantil en Chile.
2. Comprender la mentalidad del niño trabajador y trabajar sobre los principios de sus motivaciones puede ser fundamental para el desarrollo de una estrategia más efectiva a largo plazo desde un cambio de cultural del sistema.
3. El patrón identificado del niño trabajadores desde los aspectos culturales es la mentalidad de pobreza que alimenta su contexto. Si partimos de una nueva cultura hacia la riqueza infantil y humana puede generar un movimiento en la dirección contraria a los planteamientos actuales.
4. El diseño de la estrategia propuesto en este trabajo plantea abordarla desde una nueva mentalidad cultural con enfoques más relacionales, sistémicos, humana, comunicada y articulada desde el diálogo como lo plantea la NTE. Se plantea como propuesta iniciar con una cruzada de co-diseño estratégico donde, partiendo de el enfoque estratégico definido, se tomen en cuenta las opiniones del niños trabajadores (vistos como emprendedores sociales) y se genere una experiencia de sensibilización con todos los actores involucrados con proyectos ya en marcha, para poder articularlos en una misma dirección.
5. La propuesta de la cruzada nacional de diseño establecería el inicio de una nueva política y cultura social centrada en la infancia y como primer reto la erradicación del trabajo infantil.
6. Articular la estrategia para la erradicación del trabajo infantil desde un sistema de relación mental del niño trabajador que incluya acciones conectadas tanto a los niveles más internos (micro) psicosociales-culturales del niño como a nivel externo (macro) socio comunicacionales-económicos y políticos puede ayudar a la estrategia de cambio cultural.
7. Los principios del Social Media Thinking enfocado a la búsqueda de la innovación social ha permitido desarrollar un mapa mental para ayudar a comprender la relevancia de la conectividad de las esferas en diferentes niveles y poder trabajar con el problema de forma integral y conectada. Esos principios son la dignidad y sabiduría del la infancia, la consciencia social y la amabilidad, la autoestima como valor y riqueza, la responsabilidad como fortaleza.
8. El modelo SMT propone trabajar desde tres niveles la estrategia: valores, cultura y educación articulados desde los cuatro principios estratégicos desarrollados.

9. El modelo SMT propone articular esos tres niveles en dirección a acciones concretas en las tres áreas prioritarias de la erradicación del trabajo infantil en sus peores formas: sector agropecuario y rural, comercial y urbano, terceras personas y familiar.
10. Las acciones de estas áreas prioritarias podrán trabajarse mediante tres tipos de medidas: Prevención, protección y participación ciudadana y siempre haciendo uso del factor de herramientas de comunicación humana y tecnológica.

Bibliografía

Batistón O, (2013) *Proniño: Un relato sobre la infancia, derechos y compromiso empresarial*. Ariel. Colección Fundación Telefónica.

Bellido, Erick Y. (2014) Policía de Investigaciones de Chile. Trabajo Infantil. Dossier Disponible en: <https://catedrante.files.wordpress.com/2014/06/anexo-trabajo-infantil-en-chile.pdf>

Christakis, Nicholas a. y Fowler James h. (2010). *Conectados*. Madrid: Taurus

Iniciativa regional América Latina y el Caribe libre de trabajo infantil [*En línea*] [Fecha de consulta: 18 Agosto de 2014] Disponible en: http://redlacti.com/php/biblioteca/ups/c313b3be2f882f6bf98f53b5b0a7a9a9_es.pdf

Pérez Rafael A. y Sanfelu Isabel Coords. (2013) *Hacia una sociología Compleja: Relación, acción, organización y estrategia. Viaje a la Complejidad Volumen 4 La complejidad de lo social*. Cap. 3 P.179-259. Madrid: Biblioteca Nueva

Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC). *Informe mundial sobre trabajo infantil: Vulnerabilidad económica, protección social y lucha contra el trabajo infantil*. [en línea] 29 de abril de 2013 [Fecha de consulta: 29 de Julio 2014] 978-92-2-326234-1[ISBN] Disponible en: http://ilo.org/ipec/Informationresources/WCMS_178449/lang--es/index.htm

Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC), Ministerio del Trabajo y Previsión Social y Ministerio de Desarrollo Social de Chile, *Magnitud y características del trabajo infantil en Chile - Informe 2013* [En línea] 6 de noviembre de 2013 [Fecha de consulta: 3 Agosto de 2014] 978-92-2-328120-5[ISBN]Disponible en: http://www.ilo.org/ipec/Informationresources/WCMS_IPEC_PUB_23635/lang--es/index.htm

Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC).Programa de Información Estadística y Seguimiento en Materia de Trabajo Infantil (SIMPOC). *Diagnóstico Nacional de Trabajo Infantil y Adolescente e Identificación de sus Peores Formas. (2004)* [*En línea*] [Fecha de consulta: 3 Agosto de 2014] ISBN 92-2-316379-X Disponible en: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/encuestas_trabajo_infantil/pdf/tra023.pdf

Torres G., Osvaldo; Terra, Valentina. *Trabajo Infantil en Chile: Una perspectiva cultural del fenómeno*. [en línea] Observatorio Laboral No36 enero 2010 [Fecha de consulta: 2 Agosto de 2014] Disponible en: http://www.captura.uchile.cl/bitstream/handle/2250/15054/trabajo_infantil.pdf?sequence=1

Trabajo “pala casa” Documental. Educación 2020-Fundación Telefónica (2013) Recuperado el 1 Agosto 2014 desde <http://trabajopalacasa.cl/pelicula/>

Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC) 2013. Departamento de Gobernanza y Tripartismo Oficina Internacional del Trabajo. *Medir los progresos en la lucha contra el trabajo infantil. Estimaciones y tendencias mundiales entre 2000 y 2012*. Resumen Ejecutivo. [En línea] [Fecha de consulta: 20 Agosto de 2014] ISBN: 978-92-2-327182-4 Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---ipec/documents/publication/wcms_221514.pdf