

Los medios de comunicación social

Un informe en el noticiero de la noche equivale a 20.000 afiches.
—Patrick Sessions

Los medios de comunicación social pueden ser aliados importantes en la búsqueda de su hijo desaparecido. Pero el interés en su caso podría ser intenso o débil, dependiendo de las circunstancias que rodeen a la desaparición del niño y al criterio de la prensa de lo que tiene valor noticioso.

Si usted es objeto de una intensa cobertura de prensa, sométase a esa atención de buen grado aunque pueda resultarle incómoda, porque es la vía más rápida e importante para distribuir información y fotos de su hijo. Si encuentra que se siente abrumado por la cantidad de atención, pida a la policía que le ayude a tratar con los numerosos periodistas y con los pedidos de entrevistas. No obstante, si la prensa no se interesa en su caso, hay una serie de cosas que usted puede hacer para que los medios participen. Este capítulo ofrece sugerencias para generar, mantener y manejar la participación de la prensa.

Participación de los medios: las primeras 48 horas

Durante las primeras 48 horas usted necesita hacer todo lo que pueda para generar el interés de la prensa en la búsqueda de su hijo. Los siguientes consejos pueden ayudar.

Comuníquese con la prensa de inmediato. La publicidad de la prensa es la mejor manera de generar pistas del público relacionadas con su hijo. En la mayor parte de los casos debe establecerse comunicación de inmediato con la prensa,

porque el tiempo no está a favor de su hijo. Usted podría pedir a la policía que haga los primeros llamados a los medios de prensa, pero si no se hace esto en el primer momento, llame usted mismo y dé la información a los periodistas. La pronta e intensa cobertura de la prensa asegura que la gente buscará a su hijo. Algunas veces la cobertura es tan intensa que hace que el secuestrador deje ir al niño.

Pida a las estaciones de radio y televisión que difundan notas breves sobre la desaparición o que interrumpan sus programas regulares con información, como se hace con una advertencia de tormenta u otras transmisiones de emergencia. No espere hasta el noticiero de la noche para que se disemine información sobre su hijo. La premura es importante.

Aunque la cobertura de televisión es crucial para difundir la información y las fotos de su hijo, no descuide a las otras clases de prensa. Los medios impresos y la radio llegan a decenas de miles de hogares cada día, y podrían ser más generosos en el tratamiento de su información. Probablemente mucha gente se enterará de la desaparición

de su hijo por la radio de su auto. Complemente esas transmisiones con informes y fotos del niño en la primera edición posible de su diario local.

Podría ser necesario convencer a la policía de que la prensa es un aliado importante en

casos de menores desaparecidos. Algunas veces la policía es reticente a permitir que la prensa participe en una investigación criminal activa. Si su organismo policial es reticente,

La prensa es su mejor amigo. Úsela, pero no deje que ella lo use a usted.
—Claudine Ryce

usted tendrá que trabajar muy estrechamente con su contacto primario. Puntualice que el pronto uso de la prensa ha conducido a la recuperación exitosa de más de un menor desaparecido y que la seguridad y recuperación de su hijo son más importantes que la obtención de pruebas contra un sospechoso. Haga hincapié en que usted estará disponible para interrogatorios a medida que transcurran las semanas, pero que la vida de su hijo está en peligro inminente. Pregunte si cierta información no debería darse a conocer porque podría poner en peligro la seguridad del niño y respete ese pedido. Como último recurso, pida al NCMEC, al centro de información de su estado para menores desaparecidos y a las organizaciones para menores desaparecidos que ayuden en el caso de que su organización policial no quiera permitir la participación de la prensa.

Prepare una carpeta de prensa y distribúyala a todos los representantes de los medios de comunicación. La carpeta de prensa debería contener información básica sobre su hijo, incluso:

- Una descripción completa de su hijo y de las ropas que vestía en el momento de la desaparición.
- Una descripción del lugar donde se vio por última vez a su hijo.
- Fotos en colores y en blanco y negro.
- Un número de teléfono al cual pueda llamar la gente con posibles pistas.
- Detalles de la recompensa, si se ofrece una.
- Otra información pertinente que pueda ayudar a la recuperación de su hijo, como un vehículo sospechoso cerca del lugar donde se vio al niño por última vez.

Una carpeta de prensa asegurará que todos los periodistas comienzan con la misma información y reducirá el tiempo que usted pase respondiendo preguntas básicas. Al preparar la carpeta de prensa haga suficientes copias para distribuir, y mantenga el original en un lugar seguro en caso de que vuelva a necesitarlo en el futuro.

Establecer las reglas básicas

Al principio, el interés de la prensa probablemente será intenso e intimidatorio. Por lo tanto, es importante que usted establezca reglas básicas acerca de dónde o con qué frecuencia usted o su portavoz se reunirán con la prensa. Los siguientes consejos podrían ser útiles.

- **Fije tiempos y lugares específicos a fin de que los reporteros sepan cuándo y dónde podrán hacer preguntas y obtener información. Recuerde que usted controla la situación, que la prensa no lo controla a usted.**
- **Escoja un lugar que sea conveniente para usted pero que le permita a la prensa tener el espacio que necesita para cubrir el evento. Por ejemplo, usted podría sentirse más cómodo ofreciendo entrevistas frente a su casa o en una habitación. De esa manera, usted permite a la prensa echar un vistazo a la vida personal de su hijo sin que sea demasiado intrusa.**
- **No abra su casa a la prensa sin restricciones ni limitaciones. Si lo hace, perderá toda privacidad, y la presencia de reporteros puede interferir con oficiales de policía que estén trabajando en el lugar.**
- **No sienta que está obligado personalmente a conceder todas las entrevistas o a participar en todos los eventos de prensa. Pida ayuda a la policía, al portavoz de la familia y a otros miembros de la familia.**
- **Recuerde que usted tiene la capacidad de establecer límites con respecto a horas, programación y uso de fotos de sus otros hijos. Asegúrese de que la prensa conoce sus reglas y que usted espera que las acaten.**

Seleccione a alguien para que actúe como vocero de prensa si cree que usted no puede hacerlo. El público se identifica con el temor y la angustia que sienten los padres cuando su hijo ha desaparecido. Ver su rostro y oír su voz motivará a los videntes a ver más detalladamente la foto del niño y a buscarlo con más ahínco. Por lo tanto, es mejor si usted puede hablar por su hijo. Sin embargo, no crea que tiene que ser un gran orador. Simplemente hable con sinceridad y deje saber a la gente que usted ama a su hijo y necesitará su ayuda para encontrarlo y traerlo de vuelta a casa. Afirme su confianza teniendo a su lado a alguien que usted conoce y que pueda apoyarlo e intervenir si hace falta. Por otro lado, si usted o su cónyuge se sienten incapaces de hablar con la prensa, elija a alguien de su confianza para que hable por usted, y trate de estar junto a su portavoz durante la entrevista. La lista Entrevistas con los medios ofrece más consejos específicos sobre entrevistas con periodistas de televisión y radio y de prensa escrita.

Organice conferencias de prensa y entrevistas teniendo presentes las horas de cierre de los medios. La prensa funciona en base a horas de cierre. Si usted organiza una conferencia de prensa demasiado temprano o demasiado tarde en el día, a los periodistas les resultará difícil terminar sus notas a tiempo para cumplir con sus horas de cierre. Pregunte a los reporteros cuándo y con cuánta frecuencia les gustaría reunirse con usted. Muchos padres han descubierto que las 10 a.m. y la 1 p.m. son horas buenas porque dan a los periodistas tiempo suficiente para preparar sus reportajes para los noticieros del mediodía y de la noche y porque muchos reporteros no tienen actividades programadas para esas horas.

No organice entrevistas agotadoras o cursos seguidos. Comprenda que sus recursos mentales y físicos son limitados y que si no está descansado no será eficaz. Si tiene oportunidad de aparecer en un programa popular de radio o televisión, o en una cadena

nacional, otorgue prioridad a ese compromiso por encima de otros. Sin embargo, recuerde que las estaciones de radio y de televisión locales estarán en su comunidad después que se vayan las cadenas, de manera que trabaje con ellas para desarrollar una relación a largo plazo. Algunas veces puede pedir a las estaciones locales que retransmitan porciones de una entrevista que usted hizo con la afiliada nacional.

Evite organizar conferencias de prensa en horarios conflictivos con eventos importantes. Si quiere hacer un anuncio importante, como el ofrecimiento de una recompensa, asegúrese de que no está compitiendo con otro evento programado. Averigüe cuales son los eventos programados en la lista del día, preparada con frecuencia por Associated Press, que usa la prensa local para seguir el rastro de los actos que tienen valor noticioso. Organice su conferencia de prensa para una hora en que no ocurra otro evento importante.

Pida al NCMEC o a la policía que se comuniquen con America's Most Wanted. El personal de este programa de televisión, que se difunde nacionalmente, tiene un interés especial en ayudar a recuperar menores secuestrados.

Manténgase tranquilo, compuesto y concentrado. Prepare sus pensamientos e ideas antes de comenzar una entrevista.

—Don Ryce

Tenga conciencia de su condición pública. Aunque esta no es la clase de fama que usted desea, podría adquirir una especie de "notoriedad" debido a su continuo contacto con la prensa. Esta súbita condición pública puede ser muy molesta. La gente lo reconocerá y se le aproximará dondequiera que vaya. La prensa podría aparecer en cualquier lugar y a cualquier hora pidiendo información. Podrían filmarlo en cualquier momento que esté en un lugar público, e incluso a través de las ventanas de su propia casa si el fotógrafo usa un lente potente. Por lo tanto, por el bien de su hijo, compórtese como si todos los ojos estuvieran puestos en usted. Tenga presente que ya no tiene la misma privacidad de que disfrutaba antes. Trate de no ser paranoico, pero sea cuidadoso. No haga cosas que

puedan presentarlo bajo una luz negativa, pero no se sienta culpable si sale a cenar o va al cine para aliviar la tensión a medida que pasan los días y las semanas.

Revise todos los informes, comentarios y películas de la prensa. Los padres, miembros de la familia y amigos deberían revisar todo lo que publica la prensa en caso de que contengan pistas o información que pueda ser útil en una fecha posterior. Por ejemplo, los comentarios de individuos en particular, apariciones múltiples de una persona, o el conocimiento de información confidencial o personal que no se haya dado a conocer previamente podría revelar al perpetrador o señalar a personas allegadas al autor del secuestro.

Si le devuelven a su hijo, no le permita revisar las películas donde se ve al sospechoso. Esto podría poner en peligro la identificación del sospechoso por su hijo cuando la policía presente a varios sospechosos.

Participación de los medios: después de las primeras 48 horas

Al principio, usted podría sentirse abrumado por el intenso interés de la prensa generado por la desaparición de su hijo. Pero después de una semana o algo así, si su hijo no ha aparecido, podría encontrarse con el problema opuesto. Si se extingue el interés de la prensa, usted tendrá que trabajar para mantenerlo vivo. Estas son algunas de las cosas que usted puede hacer para mantener la atención del público en el caso de su hijo.

Una vez un reportero hizo unos comentarios increíblemente insensibles sobre nuestro hijo desaparecido en frente de sus hermanos. Aplacamos su dolor y su ira en una reunión de familia y decidimos cómo íbamos a tratar con situaciones de este tipo en el futuro.

—Patty Wetterling

Idee “anzuelos periodísticos” para mantener el caso de su hijo en la atención del público. Organice una conferencia de prensa en un día importante, como el Día Nacional de los Menores Desaparecidos (25 de mayo) o prepare un comunicado de prensa que coincida con la promulgación de legislación federal o estatal relacionada con menores desaparecidos, explotados o víctimas de la violencia. Recuerde, usted no sabe cuánto tiempo tendrá que estar buscando a su hijo, de manera que necesita planificar a largo plazo. Si encuentra la tarea demasiado difícil, pida a un miembro de la familia o a un amigo que lo ayude.

Ofrezca un nuevo ángulo del caso. Para darle una nueva cara al caso, usted podría cambiar el tono de sus entrevistas. Trate de traer a alguien nuevo que hable del caso, como un político, un deportista conocido, un artista popular o alguien allegado a la investigación.

Dosifique sus anuncios. Dé a conocer las novedades del caso en anuncios separados para extender la cobertura durante un período más largo. Pida a la policía que notifique a la prensa de eventos importantes, como pistas nuevas o artículos encontrados durante la búsqueda física.

Mantenga el caso vivo vinculándolo a una variedad de eventos y actividades.

Puede organizar una vigilia con velas, anunciar una recompensa, o mostrar cómo la celebración de ocasiones como cumpleaños, feriados o graduaciones escolares son diferentes sin su hijo. Puede relacionar el caso del niño con algo que será difundido repetidamente, como una canción popular en la radio. De esa manera, cada vez que se toca la canción, será un recordatorio de

que su hijo todavía está desaparecido. Si puede hacer algo para que la prensa presente

Declaración de derechos de la víctima

- **Usted tiene derecho a negarse a una entrevista.**
- **Usted tiene derecho a seleccionar al portavoz o al abogado que prefiera.**
- **Usted tiene derecho a escoger el tiempo y lugar para entrevistas de prensa.**
- **Usted tiene derecho a solicitar un reportero en particular.**
- **Usted tiene derecho a negarse a una entrevista con un reportero en particular aunque usted haya concedido entrevistas a otros periodistas.**
- **Usted tiene derecho a decir que no a una entrevista aunque previamente haya otorgado otras entrevistas.**
- **Usted tiene derecho a entregar una declaración escrita a través de un portavoz en vez de conceder una entrevista.**
- **Usted tiene derecho a excluir de la entrevista a los niños.**
- **Usted tiene derecho a no responder a cualquier pregunta que lo haga sentir incómodo o que le parezca impropia.**
- **Usted tiene derecho a conocer por adelantado la dirección que tomará la cobertura del hecho del que ha sido víctima.**
- **Usted tiene derecho a pedir que le dejen revisar las citas de sus declaraciones antes de la publicación.**
- **Usted tiene derecho a evitar el ambiente de conferencia de prensa, y de hablar con solamente un reportero a la vez.**
- **Usted tiene derecho a exigir una retractación cuando se difunde una información errónea.**
- **Usted tiene derecho a pedir que no se difundan o publiquen fotos o elementos visuales ofensivos.**
- **Usted tiene derecho a conceder una entrevista de televisión en la que no muestren su rostro o una entrevista con un diario sin que publiquen su foto.**
- **Usted tiene derecho a dar su versión del hecho del cual ha sido víctima.**
- **Usted tiene derecho a negarse a responder a preguntas de los reporteros durante un juicio.**
- **Usted tiene derecho a presentar una queja formal contra un reportero.**
- **Usted tiene derecho a sufrir su dolor en privado.**
- **Usted tiene derecho a sugerir que la prensa sea entrenada sobre la manera de impedir la traumatización adicional de las víctimas.**
- **Usted tiene derecho a ser tratado con dignidad y respeto por la prensa en todo momento.**

Reimpreso con permiso del National Center for Victims of Crime, 2000 M Street NW., Suite 480, Washington, DC 20036, www.ncvc.org.

el caso de su hijo de manera diferente, es más probable que ésta lo haga. Recuerde que la atención de la prensa aumenta cuando usted organiza eventos especiales y cuando se cumplen aniversarios. También recuerde coordinar todos los eventos y actividades con la policía, porque ellos pueden ser una parte importante de la estrategia global de la investigación.

Desarrolle una relación con alguien en la radio, la televisión y la prensa escrita. Si un reportero o editor se toma un interés especial en su caso, esa persona podría ayudarle a idear maneras de conseguir que se vuelva a enfocar la atención en el mismo. Mantenga una lista de nombres, números de teléfono y de fax, y de intereses personales y profesionales. Aunque los reporteros con frecuencia cambian de estaciones, periódicos y ciudades, recuerde que pueden llevarse el caso con ellos a donde quiera que vayan.

Averigüe quiénes son los directores de asignación de cada organización noticiosa y envíe sus comunicados de prensa a su atención. Los editores de asignación son quienes deciden cuáles eventos que se cubrirán y quiénes son los reporteros que lo harán. Si usted planifica un evento, informe de ello a la organización noticiosa enviándole un comunicado de prensa por fax. Consigne los hechos esenciales del caso y un nuevo ángulo.

Considere conceder entrevistas exclusivas. Al comienzo usted probablemente no querrá

conceder una entrevista exclusiva, pues el interés será grande y usted deseará la más amplia cobertura posible. Asimismo, otorgar una entrevista exclusiva a una organización noticiosa y no a otra podría ofender a esta última. Más tarde, sin embargo, la entrevista exclusiva podría ser apropiada, como a una estación que ha desarrollado un informe independientemente o a una cadena nacional como ABC, CBS, CNN, FOX o NBC. En algunos casos, la entrevista exclusiva podría ser la única manera de hacer conocer un aspecto particular de su caso.

Use la prensa para pedir ayuda especial. La prensa puede ser un instrumento muy eficaz para pedir ayuda. Si necesita voluntarios, entrenamiento, imprenta o equipo que sea demasiado caro o difícil de conseguir, pida a la prensa que difunda su pedido. Dé a las estaciones de radio locales una lista de lo que quiere, pues ellas en particular están dispuestas con frecuencia a difundir esos pedidos como servicio público o como un informe de interés. Esto no sólo puede conseguirle la ayuda que necesita, sino que puede ser otra forma de recordarle al público que siga buscando a su hijo.

Si es posible, consiga la ayuda de un experto de prensa. Algunas veces los profesionales que trabajan en el campo de las relaciones públicas donan sus servicios a los padres. Debido a que estos profesionales son expertos en tratar con la prensa, pueden ser de una ayuda enorme.

Eventos de difusión pública

La atención de la prensa genera pistas y mantiene su caso ante el público. Las siguientes ideas constituyen maneras excelentes de involucrar voluntarios en la compañía de búsqueda.

- Preséntese en programas de radio y televisión para hablar de la desaparición de su hijo.
- Celebre conferencias de prensa y otros eventos noticiosos en el cumpleaños de su hijo o en el aniversario de su desaparición.
- Prepare comunicados de prensa o haga declaraciones personales sobre la desaparición de un menor en otra comunidad.
- Prepare comunicados de prensa en relación con legislación federal, estatal o local.
- Publique en su diario local una carta a su hijo.
- Pida a las estaciones de radio en todo su estado que toquen la canción favorita de su hijo y se la dediquen.
- Organice un acto en la escuela de su hijo con música y plegarias.
- Pida a la escuela de su hijo que organice una campaña de cartas a políticos, la prensa o su legislatura estatal.
- Organice marchas de estudiantes para distribuir volantes o afiches.
- Confeccione botones o camisetas con la foto de su hijo y un mensaje especial para su hijo.
- Celebre una vigilia de plegaria.
- Celebre una vigilia con velas.
- Organice un baile o un remate a beneficio.
- Otorgue un premio especial al oficial de policía que actuó como su contacto policial primario.
- Pida a los equipos deportivos de su área que incluyan fotos de su hijo en sus programas y que hagan anuncio de servicio público en todos los partidos.
- Plante un árbol o dedique un jardín en nombre de su hijo.
- Suelte globos de helio con el nombre de su hijo y otra información pertinente impresa en los mismos.
- Efectúe torneos de bolos.
- Organice maratones de baile, de carrera, y de otro tipo de actividades.
- Pida a los comercios o bancos locales que dediquen un árbol de Navidad o un despliegue de luces en honor a su hijo.

Puntos clave

1. Usted o la policía deberían establecer contacto con la prensa inmediatamente después de la desaparición de su hijo, debido a que la publicidad de la prensa es la mejor manera de generar pistas del público. El tiempo es muy importante.
2. Si su organismo policial es reticente para dar participación a la prensa en una investigación criminal activa, trabaje estrechamente con su contacto primario para convencer a la policía de que la atención de la prensa ha conducido a la recuperación exitosa de más de un niño desaparecido.
3. Prepare una carpeta para entregar a todos los representantes de la prensa, con una descripción completa de su hijo y las ropas que vestía en el momento de la desaparición, una descripción del lugar donde se vio al niño por última vez, un número de teléfono al cual la gente pueda llamar con pistas, detalles de la recompensa (si se ofrece una), y fotos en colores y en blanco y negro.
4. Sus pedidos de ayuda serán más eficaces si usted personalmente habla con la prensa en beneficio de su hijo, pero si le resulta difícil o no puede hacerlo, pida a alguien de su confianza que esté junto a usted e intervenga cuando sea necesario, o que actúe como su portavoz.
5. Organice las entrevistas y conferencias de prensa conforme a las horas de cierre de los medios de prensa y consulte la lista diaria de eventos de Associated Press para evitar la programación de conferencias de prensa al mismo tiempo que un evento informativo importante.
6. Idee “anzuelos periodísticos” como vigilias con velas o la observación de cumpleaños, para mantener el caso de su hijo en la atención del público. Dosifique las novedades del caso para darlas a conocer en anuncios separados, a fin de mantener la cobertura durante más tiempo.
7. Los medios de comunicación, especialmente las estaciones de radio locales, pueden ser un instrumento eficaz para pedir ayuda.
8. Tenga presente que usted se ha convertido en una persona pública y que la prensa podría aparecer en cualquier lugar o en cualquier momento para hacerle preguntas o filmar sus actividades. Aunque estar bajo la atención de la prensa pudiera hacerlo sentirse molesto, esa atención significa que la gente está interesada en saber más sobre su caso.
9. Si usted sospecha que su hijo ha sido secuestrado, pida al NCMEC o a la policía que se comuniquen con *America's Most Wanted* a nombre suyo.
10. Si le devuelven a su hijo, no le permita que vea películas del sospechoso, a fin de no poner en peligro la identificación del perpetrador.

Lista: Entrevistas con los medios

Las entrevistas periodísticas de más éxito ocurren gracias a una planificación anticipada. Es más probable que tenga una experiencia positiva con la prensa si usted conoce por adelantado los puntos que quiere plantear. Los siguientes consejos pueden ayudarle.

- Detalle la información más crucial en cada entrevista.** Antes de concertar una entrevista, asegúrese de que está listo. Esté preparado para hablar de información pertinente al caso, pero asegúrese de haber consultado a la policía acerca de la información que puede suministrar y qué es lo que debe permanecer confidencial. Ofrezca información esencial de manera uniforme a todos los representantes de la prensa, especialmente los siguientes elementos:
 - Fotos de su hijo, en colores y en blanco y negro si es posible.
 - Una descripción de las ropas que vestía su hijo y los artículos que podía tener en su posesión, como una bolsa de libros, mochila o bicicleta, junto con características físicas y maneras personales peculiares que ayuden a identificarlo.
 - Un número de teléfono al cual la gente pueda llamar con pistas.
- Pida que la foto de su hijo se incluya en cada entrevista que usted conceda.** Esto es crucial, porque con frecuencia lo único que se conoce con certeza es la apariencia de su hijo. Asegúrese de que la foto que da a la prensa se parece a su hijo y que es apropiada para publicación. Siempre muestre una foto del niño durante una entrevista, e insista en que se muestre su rostro como parte de la información. Pida a las estaciones de radio que incluyan una descripción de su hijo como parte de la información.
- Limite la cantidad de puntos que quiera hacer y manténgalos simples.** Organice sus pensamientos e ideas, quizás escribiéndolos en un papel, antes de hablar con el entrevistador. Permanezca tan tranquilo y concentrado como pueda. Recuerde que le darán muy poco tiempo en el programa. Eso significa que cuanto más diga usted, menos control tendrá sobre la porción de una entrevista que será usada por los medios.
- Trate de cubrir primero los puntos más importantes y de comprimir sus respuestas en “declaraciones” de 10 a 20 segundos.** Es más probable que se usen las respuestas cortas que las largas. Además, si trata de cubrir demasiado, podría encontrar que se dejan sus puntos más importantes fuera de la noticia.
- Haga real a su hijo, relatando anécdotas que muestran su ingenio, intereses u otras cualidades atrayentes.** Si usted personaliza su pedido mostrando juguetes favoritos, relatando anécdotas cortas y exhibiendo videos que muestran a su hijo, es más probable que la gente escuche y recuerde y que sienta que tiene una razón para preocuparse por su situación. Sin embargo, no preste ningún artículo original a la prensa, pues podría no conseguirlo de vuelta. Siempre ponga etiquetas a las fotos, videos y posesiones de su hijo.
- Mantenga el control sobre la información.** Esté preparado para responder a preguntas difíciles. Aunque muchos reporteros tienen familia y simpatizan con usted, su trabajo es darle al público un informe interesante. Algunos podrían parecerle escépticos, al menos inicialmente, debido a casos muy publicitados de desapariciones en los cuales los culpables resultaron ser los padres.
- No importa cuáles sean las preguntas que le hagan, mantenga la información concentrada en su hijo desaparecido.** Si un reportero ventila una cuestión privada de su vida, no tenga temor en sostener que un evento previo no tiene nada que ver con la desaparición actual. Es posible que tenga que puntualizar que miembros de la misma familia pueden ser totalmente diferentes en términos de comportamiento, desempeño académico y madurez emocional.

- **Sea paciente con los reporteros, pues muchos de ellos podrían ser jóvenes e inexpertos.** Es difícil para alguien que todavía no es padre imaginar lo que usted está pasando. Si le hacen una pregunta impropia, no responda, ni tampoco explique por qué.
- **No le mienta a la prensa.** Si lo sorprenden en una mentira, los reporteros nunca volverán a creerle. Pero recuerde que usted no tiene que responder a todas las preguntas. La única razón por la cual usted está concediendo una entrevista es para encontrar a su hijo. Usted no tiene la obligación de ayudarle a la prensa a llevar una información en una dirección que usted no quiere seguir. Si cree que una pregunta es insensible o irrelevante, dígalos así y decline responder o proporcione la información que usted desea presentar no importa cuál haya sido la pregunta que le hicieron. Asuma el control de la situación. Haga los puntos que usted quiere hacer e insista en difundir su mensaje.
- **No revele a la prensa información que su contacto policial le pidió que se mantuviera confidencial.** Consulte con la policía por adelantado para determinar cuál es la información que se puede dar a conocer y cuál la información que debe permanecer privada. Recuerde que no hay comentarios "extraoficiales". Si los reporteros desean información confidencial, tratarán de obtenerla. Considere la posibilidad de celebrar sus conferencias de prensa junto con la policía, como una manera de mantener el flujo de información a la prensa y al mismo tiempo proteger los detalles confidenciales.
- **Nunca critique a la policía.** Algunas veces los periodistas hacen preguntas dirigidas a crear controversia sobre el manejo del caso por la policía. No obstante, resista la tentación de criticar a la policía, incluso si no está contento con algo que se hizo. Usted quiere que la información sea sobre su hijo, no sobre una controversia con la policía. Tampoco quiere ofender a la gente que encabeza los esfuerzos para encontrar al niño. En cambio, canalice toda queja que tenga a través de la persona u oficina policial apropiada.

Distribución de fotos y volantes

Cuantas más personas sepan que su hijo está en peligro y conozcan su parecido físico, mayores son las posibilidades de que alguien lo reconozca e informe sobre su paradero.

—Claudine Ryce

La distribución de fotos e información sobre su hijo desaparecido es una parte esencial del proceso de búsqueda y recuperación. Durante las primeras 48 horas es crucial que se hayan dado fotos recientes de su hijo y los datos pertinentes de la desaparición a la policía, a la prensa y a organismos y organizaciones sin fines de lucro. También deberían describirse tan específicamente como sea posible las características físicas y de personalidad. Este capítulo contiene consejos importantes sobre la distribución de fotos y volantes y puede guiarlo a través del proceso a corto y largo plazo.

Distribución de fotos y volantes: las primeras 48 horas

Búsqueda de las fotos más recientes. No busque fotos en sus álbumes. Vea si su cámara tiene todavía adentro una película sin revelar, y si es así, llévela a revelar. Pregunte a miembros de la familia y amigos si tienen fotos o videos recientes de su hijo en una fiesta de cumpleaños, celebración de un feriado, evento deportivo o excursión escolar. Casi siempre la escuela tendrá una copia de la foto escolar más reciente o podrá darle el nombre y el teléfono del fotógrafo de la escuela. Incluso una foto de pasaporte, tarjeta de identificación escolar o licencia de conducir será mejor que nada.

Seleccione las fotos que muestren a su hijo. Recuerde que los afiches y volantes mostrarán sólo la cabeza, cuello y parte superior de los hombros. Las fotos instantáneas o naturales son buenas, pero sólo si la imagen facial es clara. Varias fotos desde ángulos

diferentes podrían darle a la gente una idea mejor de la apariencia de su hijo. Al seleccionar las fotos tenga presente su propósito: permitir que la gente reconozca a su hijo, no que admire una imagen agradable pero que no se parezca al niño. Para ver ejemplos de volantes, un ejemplo de plantilla y otros artículos que se pueden distribuir, consulte las páginas 40-41.

Los videos o películas caseras son excelentes para difundir por televisión. Los videos capturan la apariencia, maneras peculiares y calidad de la voz de su hijo. Ofrecen la ventaja adicional de conquistar el corazón de los televidentes, que pueden relacionarse con la imagen de la pantalla como una personalidad viva. Es probable que esos televidentes estén alertas para ver si encuentran a su hijo e incluso que se ofrezcan como voluntarios para ayudar en la búsqueda.

Pida a alguien que haga copias de las fotos y videos que usted seleccione. Las fotos pueden ser duplicadas rápidamente por Eckerd Drug Store, K-Mart, Kinko's, PIP Printing y la mayoría de los comercios de venta de artículos fotográficos. Algunos comercios podrían darle un descuento si usted les informa del número de caso de su hijo, mostrando que ha denunciado a la policía la desaparición del menor.

Ponga todas las fotos originales y negativos en un lugar seguro. Nunca entregue la única copia de una foto que tenga a menos que no le importe que no se la devuelvan.

Si la foto fue tomada por un fotógrafo profesional podría necesitar su autorización para hacerla reproducir. En la mayor parte de los casos los fotógrafos profesionales no tendrán inconveniente alguno en darle permiso para que reproduzca una foto una vez que usted les explique la situación. Algunos incluso

EJEMPLO PARA SECUESTRO POR EXTRAÑOS

NOMBRE DEL MENOR

FOTO DEL MENOR

FOTO DEL MENOR

Otro ángulo

(Fecha de la fotografía)

(Fecha de la fotografía)

Desapareció el:
Desapareció de:
Nació el:
Edad al desapa.:
Edad actual:
Sexo:
Estatura:
Cabello:
Circunstancias:

Raza:
Peso:
Ojos:

TODA PERSONA QUE TENGA INFORMACIÓN
DEBERIA COMUNICARSE CON EL
**Centro Nacional para Menores
Desaparecidos y Explotados**
1-800-843-5678

o el

DEPARTAMENTO DE POLICÍA LOCAL

Nota: Todo menor desaparecido debe ser registrado con el Centro Nacional para Menores Desaparecidos y Explotados para poder usar el nombre y los teléfonos de la organización en este afiche.

Fuente: Centro Nacional para Menores Desaparecidos y Explotados.



MIRIAM ROSA



Secuestro por extrados
Progresión de edad

ROBERTO BRUNA DE MENDOZA



Secuestro por extrados
Progresión de edad

La fotografía de Miriam ha sido tomada a su petición especial para mostrar cómo podría haber a los 12 años de edad. Por favor, envíe por correo electrónico la fotografía al correo electrónico de la oficina de policía de Chicago. El tiempo de Miriam es una persona que tal vez tiene contacto con Miriam en un momento. Si es necesario la información de identificación con un número de teléfono y un correo electrónico (1-800-442-2342).

Nombre: Miriam Rosa
Nacido: 08-04-1990
Sexo: F
Cabello: Negro y grisáceo
Ojos: Marrón
Estatura: 4'10" (123 cm)
Peso: 100 libras (45 kg)

Nombre: Roberto Bruna de Mendoza
Nacido: 08-04-1990
Sexo: M
Cabello: Negro y grisáceo
Ojos: Marrón
Estatura: 5'10" (153 cm)
Peso: 140 libras (63 kg)

GUADALUPE ACEVEDO



Secuestro familiar
Progresión de edad

ROSALY VENTURA



Secuestro por extrados
Progresión de edad

La fotografía de Guadalupe ha sido tomada a su petición especial para mostrar cómo podría haber a los 12 años de edad. Por favor, envíe por correo electrónico la fotografía al correo electrónico de la oficina de policía de Chicago. El tiempo de Guadalupe es una persona que tal vez tiene contacto con Guadalupe en un momento. Si es necesario la información de identificación con un número de teléfono y un correo electrónico (1-800-442-2342).

Nombre: Guadalupe Acevedo
Nacido: 08-04-1990
Sexo: F
Cabello: Negro
Ojos: Castaño
Estatura: 4'10" (123 cm)
Peso: 100 libras (45 kg)

Nombre: Rosaly Ventura
Nacido: 17-04-1978
Sexo: F
Cabello: Negro
Ojos: Castaño
Estatura: 5'0" (152 cm)
Peso: 120 libras (54 kg)

BRIAN ANDREW WAIN



Fugado(a) en peligro
Progresión de edad

La fotografía de Brian ha sido tomada a su petición especial para mostrar cómo podría haber a los 17 años de edad. Brian fue visto por última vez el 18 de julio de 1999, jugando baloncesto con varios amigos en un parque local. No se han tenido noticias nuevas desde entonces. Tiene un hogar en el lado derecho del cuadro y una pequeña cicatriz en la cadera.

Nombre: Brian Andrew Wain
Nacido: 25-ago-1978
Sexo: M
Cabello: Negro
Ojos: Castaño
Estatura: 5'7" (170 cm)
Peso: 130 libras (60 kg)
Desapareció en: CHICAGO IL
Estados Unidos

TOODA PER SONA QUE TENGA INFORMACIÓN DEBERÁ COMUNICARSE CON
Centro Nacional para Menores Desaparecidos y Explotados (USA)
1-800-843-5478 (7.43) O 800-703-522-8328

Departamento de Policía de Chicago (Illinois) - Oficina Central - 1-312-900-6032



podrían hacer gratis las reproducciones, de manera que no tenga temor a pedir. Al mismo tiempo, si es posible, haga digitalizar las fotos en un disco "floppy" que se pueda usar para enviar las imágenes por correo electrónico a organizaciones sin fines de lucro en todo el país que tienen acceso a Internet.

Ponga a alguien persuasivo a cargo de la distribución de fotos.

Pida a su coordinador de distribución de fotos que mantenga un registro con a quiénes les dio una foto o un video, y luego llame para asegurarse de que las fotos fueron distribuidas. Además de los órganos de prensa locales, grupos cívicos y empresariales locales y grupos de voluntarios, se pueden enviar copias de las fotos de su hijo a los organismos del gobierno local. Se puede obtener permiso de los comisionados de condados, funcionarios de organismos o quienquiera tenga autoridad de colocar los volantes para su hijo en autobuses, en paradas de autobuses y trenes subterráneos, en casillas de pago de peaje, en estaciones de descanso en las carreteras, y en parques y edificios federales y estatales.¹

Consiga que tantos individuos y organizaciones como sea posible distribuyan la foto de su hijo.

Comience con sus vecinos y amigos. Luego llame al NCMEC, al centro estatal de intercambio de información sobre menores desaparecidos, y a organizaciones privadas y sin fines de lucro sobre menores

desaparecidos en su estado y en los estados vecinos, cubriendo eventualmente todo el país. Pídeles que distribuyan la foto de su hijo a través de sus redes y que la exhiban en su sitio en Internet. Use los vínculos de comunicaciones de alta velocidad que existen actualmente para distribuir la foto de su hijo en todo el país.

Si usted no tiene una conexión con Internet, póngase en contacto con alguien que la tenga.

Internet le permite transmitir fotos más claras de su hijo más rápidamente y más económicamente que por fax. Primero, debe digitalizar la foto del niño por medio de un escáner y grabarla en un disco de computadora. Este servicio lo puede conseguir a través de una imprenta o comercio de computadoras. Luego llame a organizaciones individuales para conseguir sus direcciones de correo electrónico. De esa manera puede enviar la foto de su hijo simultáneamente por correo electrónico a una amplia variedad de organizaciones. La alternativa es conseguir fotos en colores de su hijo y enviarlas a cada organización por correo expreso, lo cual representa un proceso mucho más lento y caro que digitalizarlas y enviarlas por correo electrónico.

Las compañías privadas a través de nuestro estado donaron grandes afiches en colores ofreciendo recompensa, etiquetas que mostraban el rostro de nuestro hijo, una línea de teléfono gratuita para que la gente llamara si había visto a nuestro hijo, sobres de papel y más de 9.000 dólares en franqueo para que pudiéramos enviar 25 afiches de recompensa a cada legislador nacional y a cada gobernador estatal, con un ruego especial pidiéndoles que colocaran los afiches de nuestro hijo en una zona muy transitada de sus comunidades.

—Claudine Ryce

Pida al coordinador de distribución de fotos que determine dónde se han colocado las fotos de su hijo.

Consulte los sitios de Internet del NCMEC, el centro de información de menores desaparecidos de su estado y las organizaciones relacionadas con menores

¹ Por memorando ejecutivo, el NCMEC distribuye volantes de menores desaparecidos a organismos federales que los exhiben en sus edificios.

desaparecidos para ver dónde se distribuyeron las fotos de su hijo. Amplíe el área de distribución para cubrir todo el país durante el segundo período de 24 horas mediante la inclusión del Servicio de Aduanas, la Patrulla Fronteriza y el Servicio de Guardacostas.

Use los servicios de distribución de fotos del NCMEC. El NCMEC coloca fotos de menores desaparecidos en su sitio de la World Wide Web (www.missingkids.com). Cada día se hacen más de 440.000 contactos con el sitio, y muchas compañías y organismos tienen enlaces con este lugar. Además, el NCMEC puede coordinar la distribución a la prensa nacional por medio de sus relaciones con los principales diarios, revistas, cadenas de televisión y compañías.

Pida a su contacto policial primario que solicite al NCMEC el envío de un fax general a su red de organismos policiales. El NCMEC tiene la capacidad de transmitir por fax, afiches y otra información relacionada con el caso a más de 9.000 organismos policiales, oficinas del FBI, centros estatales de información de menores desaparecidos, la Patrulla Fronteriza y oficinas de los médicos forenses a través del país. El NCMEC puede enviar la foto de su hijo a su red de organismos tan pronto como su organismo policial o el organismo investigador hacen la solicitud. El personal del NCMEC está disponible si se lo llama para hacer afiches de emergencia, transmitir faxes y distribuir imágenes fotográficas durante la noche y los fines de semana.

Si su hijo ha sido secuestrado y está en peligro, pida a la policía o al NCMEC que se comuniquen en su nombre con America's Most Wanted. Tiene que pedir al NCMEC o a la policía que haga este llamado. Se puede comunicar con *America's Most Wanted* llamando al 800-CRIMETV (800-274-6388). El programa puede difundir una alerta de menor desaparecido, que es un anuncio de servicio público mostrando la foto de su hijo.

Distribución de fotos y volantes: después de las primeras 48 horas

Después de las primeras 48 horas use su imaginación y las ideas de sus muchos contactos para mantener vigentes la foto y el caso de su hijo ante el público. Estas son algunas ideas sobre lo que se puede hacer.

Sea creativo y enérgico para conseguir que los afiches de su hijo se exhiban en áreas muy transitadas en todo el país. Consiga autorización para que su cartero coloque volantes en los buzones. Pida a las compañías de servicios públicos que sus lectores de medidores distribuyan volantes al hacer sus recorridos. Pida a las iglesias que soliciten a sus feligreses que incluyan el volante de su hijo en sus tarjetas de Navidad y otras cartas. Pida a los bancos y a otros grupos que despachan gran volumen de correspondencia que incluyan copias del volante de su hijo. Pida a Federal Express, United Parcel Service, las compañías de pizza locales y otras compañías de distribución que difundan volantes de su hijo en sus rutas. Pida a las compañías de mudanzas y de transporte por camión que coloquen fotos de su hijo en la parte de atrás de sus vehículos. Pida a los sindicatos de pilotos y de personal de vuelo de aerolíneas que soliciten a sus miembros que coloquen volantes en las ciudades donde pernoctan. Llame a los clubes de motociclismo y a otros grupos que celebran reuniones nacionales para solicitarles que vean si sus miembros llevarían volantes para distribuirlos. Si alguien que lo está ayudando tiene dificultad en convencer a su compañía que exhiba o distribuya la foto de su hijo, usted mismo debería llamar por teléfono, porque es más difícil decirle que no al padre de una víctima. La lista *Distribución de volantes* contiene más consejos para la producción y distribución de volantes.

Prepare una carpeta de prensa para distribución a programas nacionales de noticias, entrevistas e información. Pida a firmas locales de relaciones públicas o personas que escriben bien que le ayuden a preparar la carpeta y a conseguir direcciones postales y

de correo electrónico. No deje de incluir a estaciones de radio locales y regionales. La policía puede ayudarle también con consejos sobre la manera de preparar la carpeta de prensa.

Busque eventos en los cuales los voluntarios pueden distribuir volantes. Pida a los voluntarios que averigüen y preparen una lista de eventos como certámenes deportivos, ferias del condado, festivales y conciertos planeados en su comunidad, estado y región. Distribuya volantes en esos eventos como parte de su plan general de difusión.

Envíe comunicados de prensa y arregle entrevistas durante eventos especiales o de temporada. Considere observar el cumpleaños de su hijo desaparecido mediante la lectura en voz alta de tarjetas o mensajes especiales que usted espera sean oídos por él. Hable en lo que habría sido la graduación de su hijo de la escuela primaria o intermedia. Distribuya fotos del niño retocadas para mostrar la progresión de edad e información actualizada del caso para refrescar la memoria de la gente y renovar el interés en la situación de su hijo. Consiga la ayuda de celebridades y políticos que pueden ayudar a publicitar el caso de su hijo.

Siga trabajando con el NCMEC y su programa de distribución de fotos. Más de 400 participantes del sector privado usan las fotografías impresas del NCMEC y una cantidad de organismos policiales federales también colocan las fotos del NCMEC en su correspondencia. La compañía de distribución postal de avisos ADVO disemina las fotos del NCMEC de menores desaparecidos a más de 83 millones de hogares cada semana, con fotos de 52 menores diferentes emitidas cada año. Alrededor de uno de cada seis niños mostrados en el programa de distribución de fotos de ADVO han sido recuperados. El NCMEC distribuye electrónicamente cerca de 70.000 carteles de menores desaparecidos a todas las tiendas Wal-Mart y Sam's Club de Estados Unidos. Además, el Servicio Postal de Estados Unidos tiene en vigencia un programa de distribución de fotos que envía volantes por fax a las oficinas de correo en toda la nación para exhibir y para ser distribuidas por los carteros.

Haga sus propias tarjetas con fotos para insertar en distribución postal en gran escala. Obtenga permiso de los organismos del gobierno, compañías de servicios públicos y empresas privadas para que inserten las tarjetas en publicaciones y sobres que

Un consejo sobre las máquinas de fax

Si usted no tiene una máquina de fax, trate de alquilar o conseguir una prestada o pida permiso para usar el número de fax de un negocio o estación de policía cercana. Puede usarla para comunicarse rápido y económicamente con:

- La policía.
- Los medios de comunicación.
- Organismos para menores desaparecidos
- Centros estatales de información sobre menores desaparecidos.
- Otros individuos y organizaciones que podrían estar dispuestos a ayudar.

Cuando no se pueda efectuar una reunión personal, o si la información debe ser diseminada rápidamente, una máquina de fax le puede proporcionar un vínculo importante con su organismo policial mientras trabajan juntos para preparar y revisar comunicados de prensa, establecer horarios de entrevistas, o proveer listas de los nombres y números de teléfono de individuos que podrían tener pistas sobre el paradero de su hijo. Una máquina de fax en su hogar también le permitirá llamar a organizaciones dedicadas a temas de menores desaparecidos, pedirles a ellos que le envíen por fax sus formularios, para llenarlos, firmarlos y devolvérselos inmediatamente por fax.

contienen renovaciones de licencias estatales de conducir, valoraciones impositivas, cuentas de compañías locales de servicios públicos, sobres de salarios y estados de cuentas bancarias. Hable con las compañías de publicidad por correo para que le den acceso a sus envíos de cupones en gran escala.

Pida ayuda a los grupos nacionales. Pida a las asociaciones de policías, grupos de mujeres auxiliares, grupos cívicos como el Rotary Club, las logias de Elks y de Moose, la Cámara de Comercio, grupos militares o asociaciones como los Veteranos de las Guerras Extranjeras, y fraternidades universitarias, que distribuyan y exhiban el afiche o volante de su hijo.

Pida a diversas empresas que operan bajo licencia que distribuyan afiches por medio de sus líneas normales de abastecimiento. Considere especialmente varias cadenas de comidas rápidas y de estaciones de venta de gasolina. Personas que saben quién ha secuestrado o podría estar reteniendo a su hijo podrían frecuentar tiendas de venta de licores

y librerías pornográficas con más frecuencia que bancos, oficinas de correos y escuelas. Los afiches de recompensa deben colocarse donde es más probable que los vea la gente que tenga información.

Considere usar trucos de publicidad para grabar el rostro de su hijo en la memoria del público. Haga imprimir la foto de su hijo en botones, camisetas, pegatinas de paragolpes de automóviles, estampillas y tarjetas de béisbol.

Preséntese en programas de televisión con la condición de que también exhiban la foto de su hijo. Asegúrese de que el programa es compatible con la gravedad de la situación de su hijo y que los temas y los otros invitados del programa pueden ser verificados antes de su presentación. Asegúrese de que el enfoque beneficiará a su hijo y a usted: que no les hará daño. Manténgase alejado de programas sensacionalistas que se dedican a asesinatos en serie de menores, explotación sexual de los niños u otros temas que podrían restarle actualidad a su caso.

Puntos clave

- 1.** Durante las primeras 48 horas, es crucial que las fotos recientes, descripciones de detalles físicos y rasgos de personalidad de su hijo, así como los hechos pertinentes a la desaparición, sean entregados a la policía, a la prensa y a las organizaciones y organismos sin fines de lucro.
- 2.** Distribuya solamente fotos recientes que muestren bien a su hijo. Recuerde que los afiches y volantes sólo mostrarán la cabeza, el cuello y la parte superior de los hombros.
- 3.** Seleccione videos o películas caseras representativas para difundir por televisión a fin de mostrar a los espectadores la apariencia, maneras peculiares y calidad de voz de su hijo.
- 4.** Nunca entregue su única copia de una foto o video.
- 5.** Sea creativo y enérgico para conseguir que los afiches de su hijo se exhiban en áreas muy transitadas en todo el país.
- 6.** Use trucos de publicidad como botones, camisetas y pegatinas de paragolpes de automóviles para grabar el rostro de su hijo en la memoria del público.
- 7.** Prepare una carpeta de prensa para distribuir a los programas nacionales de noticias, entrevistas e información.
- 8.** Extienda su búsqueda a Internet, lo que le permitirá enviar el volante de su hijo a una amplia variedad de organizaciones por correo electrónico más rápida y económicamente que por fax.
- 9.** Use los servicios de distribución de fotos, como el NCMEC, que pueden coordinar la distribución nacional a la prensa, transmitir un fax a su red nacional de organismos policiales, comunicarse con *America's Most Wanted* solicitando en su nombre que se difunda un anuncio de servicio público, y colocar fotos de su hijo en su sitio Web.
- 10.** Si su hijo ha estado desaparecido durante mucho tiempo, distribuya fotos retocadas para mostrar la progresión de edad e información actualizada sobre el caso para refrescar la memoria del público y renovar el interés en la situación de su hijo.

Lista: Distribución de volantes

Los volantes eficaces combinan las fotos con información básica sobre su hijo. La siguiente lista de control le puede ayudar a trazar estrategias para aumentar la visibilidad del caso de su hijo y generar posibles pistas sobre su desaparición.

- Pida a alguien creativo que se haga cargo de la producción de volantes y afiches.** En esta tarea pueden ayudar amigos, miembros de la familia y voluntarios. Su coordinador de afiches puede pedir a la imprenta local que produzca los volantes gratis o con descuento. También puede trabajar a través del NCMEC, cuyos encargados de casos están autorizados para ponerse en contacto con su sucursal de imprenta PIP y hacer arreglos para que se impriman varios cientos de ejemplares sin cargo para el padre. Pedidos especiales de cantidades más grandes fueron otorgados para niños que se encontraban en un peligro particular.
- Pida que los volantes se impriman en diferentes tamaños con propósitos diferentes.** Use tamaños diferentes para botones, volantes, afiches de recompensa, envíos por correo y etiquetas. Use los ejemplos de este capítulo como una guía.
- Pregunte a su contacto policial principal cual es el número de teléfono que debe imprimirse en el volante para que la gente llame con pistas.** Debido a que el propósito de los volantes es generar pistas e indicios pertinentes al caso de su hijo, es crucial incluir un número de teléfono especial para que la gente llame. Con frecuencia la policía prefiere usar una línea de emergencia de 24 horas atendida por especialistas entrenados en recibir información en vez del número de teléfono de la policía local, que puede ser programado para que conteste automáticamente o conectado a un buscapersonas cuando no hay nadie en la oficina. El número gratuito del NCMEC se puede usar sólo después que se ha informado de la desaparición de su hijo al NCMEC. Otras posibilidades son *Crime Stoppers* y otras líneas de emergencia experimentadas para recibir información sobre pistas. Si usted lo pide, *Crime Stoppers* podría estar dispuesta a dar y recibir información sobre recompensas. **No use su propio número de teléfono ni establezca su propio número 800. Usted necesita mantener libre su propia línea para el caso en que llame su hijo o la persona que tiene a su hijo.**

