



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS



Introducción.

Chicas, chicos, mamás y papás, les presentamos la Guía con la que podrán orientar las campañas que produzcan de aquí en adelante. Cabe mencionar que esta metodología la pueden utilizar para desarrollar acciones de difusión y comunicación sobre la temática que ustedes deseen, así que es oportuno que lean este documento con todo cuidado.

¿Por qué es importante la producción de campañas?

Porque la información a la que han tenido acceso a lo largo de los 5 temas que componen este proyecto es por demás valiosa para la sociedad que no la conoce. ¿Se imaginan cuántas niñas, niños y adolescentes en este momento pueden estar en riesgo o viven diferentes formas de violencia? ¿Cuántas y cuántos viven violencia sexual y no saben qué hacer?

Como se vio en el proyecto, la visión sexista y conductas machistas se han hecho tan normales que son difíciles de identificar, aunque su impacto sí se resiente.

Qué decir de la explotación sexual que en muchas ocasiones puede tener detrás casos de trata de personas, en donde mujeres y niñas son las principales víctimas.

De ahí la importancia que en lenguaje sencillo y claro, ustedes puedan producir una campaña resultado de procesos creativos para comunicar mensajes cortos y poderosos sobre las temáticas marcadas.



¿Cuáles son las temáticas de las campañas a instrumentar?

La meta a cumplir en esta fase es el diseño y producción de una campaña preventiva que contemple por lo menos un mensaje de cada una de las 5 líneas temáticas siguientes:

- **Desigualdad de género:** mensajes que muestren con **ejemplos concretos**, la forma en que los estereotipos y roles de género tradicionales provocan desigualdad entre hombres y mujeres. Como se vio en el tema 3: *“Tiempo fuera: el piso no está parejo”*, existen marcadas diferencias que provocan brechas entre las mujeres con relación a los hombres.

Por más que se afirme que somos iguales, que, incluso, esté plasmada la igualdad en la Constitución de nuestro país, en la realidad esto no es así.

Por tanto, en el mensaje o mensajes que se produzcan se debe de incorporar una propuesta de solución.

- **Visión sexista y conductas machistas:** se habrán dado cuenta que, en cada uno de los temas del proyecto, el común denominador es el sistema patriarcal que se manifiesta a través de la visión sexista y conductas machistas y, cómo esto provoca una serie de fenómenos que afectan tanto a mujeres como a hombres.

La visión sexista parte de la idea equivocada de la supuesta superioridad de los hombres y de la inferioridad de las mujeres, situación que no es así, que no es natural, que no tiene ningún fundamento biológico, psicológico ni de ningún otro tipo. De ahí parte la desigualdad y deriva en discriminación y diversas violencias.

Por tanto, el o los mensajes que se lleguen a producir deben de marcar con precisión conductas sexistas o machistas que son cotidianas.



- **Violencia:** aquí se debe desarrollar las diversas violencias que se ejercen contra mujeres-niñas y contra hombres-niños.

Aquí se incluye la violencia intrafamiliar y el impacto que esto tiene en cada uno de los integrantes de la familia.

También contempla las violencias que se ejercen en los espacios públicos, por ejemplo, el acoso al que son sometidas las mujeres e incluso niñas, cuando éstas caminan solas en la calle o en el transporte público.

En el caso de los niños y hombres, la violencia que viven cuando no manejan las tradicionales conductas machistas, por ejemplo, un hombre que respeta a las mujeres, que les habla con educación, que no las acosa, son vistos como débiles, como pocos hombres, lo cual es un error.

No desarrollen en este punto la violencia ni la explotación sexual, porque esa se incluye en los otros dos puntos.

- **Violencia sexual:** aquí entra la violencia sexual infantil que se vive al interior de los hogares (lo que incluye a familiares, amistades cercanas, vecinos) o a manos de personas cercanas como son profesores, curas, entrenadores...

También incluye la violencia sexual que se llega a ejercer hacia las mujeres de diferentes edades en los espacios públicos como es el transporte público, escuela, trabajo...

Recuerden el caso que se analizó de la chica de secundaria que fue atacada sexualmente por 3 compañeros de escuela. También el caso de Osiris a manos de un presunto conductor de Uber.



- **Explotación sexual:** aquí entra todo lo que vimos respecto a lo que hoy se denomina como trabajo sexual, pero, que en realidad no sabemos si las personas adultas que están ahí, lo están por voluntad o los están obligando mediante diversas formas de violencia.

Entra por supuesto la trata de personas con fines de explotación sexual, que como lo vimos en el Tema 5, las víctimas son mayoritariamente mujeres y niñas.

Por supuesto que entra toda forma de explotación sexual de menores de edad: prostitución y pornografía.

Lo más importante de los mensajes sobre este tema van en el sentido de que se identifique la práctica de compra de sexo como una práctica patriarcal, machista y sexista.

Inadmisibles la compra de un cuerpo, de un ser humano para disfrute sexual, como se mencionó en el tema, no se sabe la historia de vida que hay detrás de las personas que las circunstancias hacen que este en el trabajo sexual.

Cuando se trata de menores de edad, es un delito en automático, no importa que tengan 14, 15, 16 o 17 años y que digan que están por su decisión, es un delito.



ESTRUCTURA DE LOS MENSAJES:

En cada uno de los 5 temas, sus mensajes deben identificar de que problema en específico quieren alertar a la sociedad. Debe contener el consejo de solución.

Por ejemplo, los pensamientos machistas que aseguran que las mujeres son un objeto sexual provocan la mayoría de las agresiones sexuales, en este ejemplo el problema es ese pensamiento sexista y machista de cosificar sexualmente a las mujeres.

La solución es romper con esa forma de pensar y de conceptualizar a las mujeres e incluso, a las niñas.

Un mensaje que atienda esto podría ser de la siguiente manera:

Aparece la imagen de unos chicos que hablan entre ellos, ven a una chava adolescente que camina sola y uno de ellos le dice a los demás: “Ya vieron, carne fresca, hora de comer”. Todos se ríen de la expresión del chico.

El mensaje de alerta y prevención puede ser:

¡Cuidado! Las mujeres y las niñas son seres humanos como tú. Deja de pensar así, no te conviertas en un delincuente sexual.

Se anexa el 911 como la línea para denuncia cualquier ataque sexual.

Como pueden darse cuenta hay mucha libertad en los mensajes que quieran desarrollar, lo importante es la idea principal que quieran comunicar, que en este caso, se traduce como el mensaje con el que queremos prevenir.

En este ejemplo, la llamada preventiva va dirigida a los hombres para que reflexionen sobre las ideas sexistas y conductas machistas que han aprendido ya sea en casa, con sus amistades, en el deportivo, con compañeros de la escuela o del trabajo.

Ustedes determinan de lo que quieren hablar en función de los 5 temas que se han marcado.

Recursos de producción

No se trata de que compren o necesiten recurso tecnológicos nuevos o adicionales. La idea es que, con la ayuda de sus teléfonos celulares, tabletas electrónicas, App gratuitas y una computadora, puedan producir sus mensajes.

Pero hay que pensar que estos mensajes deben de ser como los que circulan exitosamente en internet, así que no se trata de hacer una cosa seria y estirada. Tampoco vamos a jugar con los temas, pero la forma en que se comunique además de creativa, puede tener un toque chistoso.

Los memes son un digno representante de esta nueva forma digital de hacer editorial de un tema y mostrarlo en imagen.

Pueden hacer fotos conceptuales a las cuales agregar su slogan o mensaje principal. **También pueden hacer videos cortos**, de preferencia con la participación de toda la familia.

"También puedo hacer instalaciones eléctricas"



Este es un ejemplo de una campaña de hace algunos años, el trabajo es de una estudiante de la Secundaria Técnica #1 de Acapulco.

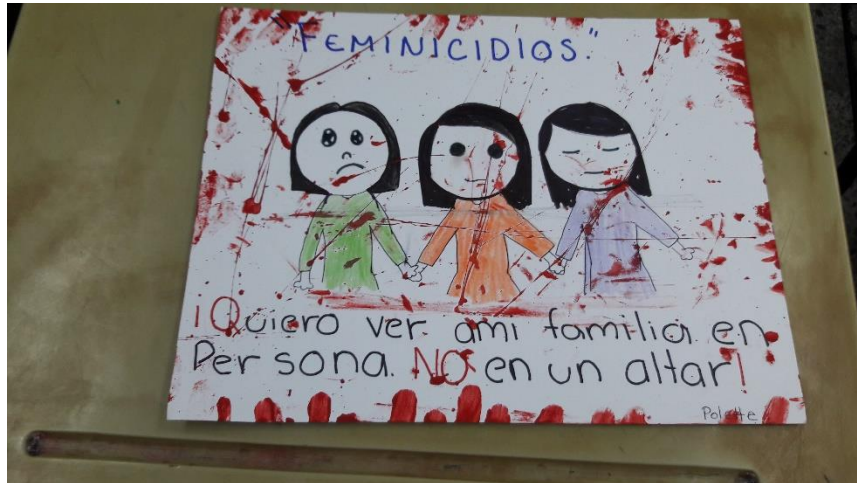
En realidad, el elemento principal es la creatividad para la construcción y difusión de mensajes.

Pero como se mencionó al principio de este apartado, la producción se dará con el apoyo de los dispositivos tecnológicos y con programas – software- en línea o de descarga gratuita.



Esta es un magnífico exponente de la categoría: “Violencia”. Podemos apreciar que, en el frente, lo que se ve públicamente son expresiones de amor, pero en la parte posterior, en la intimidad, encontramos control y violencia.

Esta fotografía conceptual es producto de un equipo de estudiantes de la Secundaria #13 de Tijuana.



Después de producirlas en forma impresa, se procede a tomarles fotografía o llevarlas a escanear para obtener el archivo de imagen, ya sea JPG o PNG.

También se puede hacer en la totalidad en computadora.

Finalmente ustedes son las y los que deciden, lo importante es que se decidan y con todo compromiso desarrollen sus mensajes pensando en mover corazones y mentes.



Este par de ejecuciones corresponden al tema: Violencia: femineidios. Producidas por estudiantes de la Secundaria Técnica #1 de Acapulco, Guerrero.

Recomendaciones generales.

A partir de la experiencia que tenemos en guión y producción de programas de radio y televisión, les queremos sugerir que piensen en una campaña sencilla, lo cual no quiere decir pobre o al aventón como se dice coloquialmente.

Estos son los principales errores que se comenten cuando se es principiante:

1. **Producir video muy largo y tedioso.** Salvo que cuenten con una magnífica producción no es recomendable que sus videos pasen de los noventa segundos, esto es, un minuto y medio.
2. Aun cuando se trate de video, **eviten los diálogos** –grabación de voz – **salvo que cuenten con un buen micrófono.** Aun en estos casos, cuando seleccionen el lugar en donde grabarán debe evitarse fuentes que provoquen ruido y contaminen su grabación: calles transitadas, bombas de agua, lugares públicos concurridos.

3. Cuando hagan **movimientos de cámara**, háganlos de manera **lenta**, muy lenta para que no se distorsione la imagen.
4. En el caso de **imágenes para internet**, cuiden que su ejecución contemple **pocos elementos**, no saturen ni de imágenes ni de texto su mensaje.





NI *dulce
sutil*
sexi
La trata esclaviza

SIN PRECIO EN LA PIEL

En estas dos postales pueden apreciar la importancia de generar un slogan o frase principal, un elemento gráfico -en este caso la foto-. Hay mucho espacio -se le llama aire- con lo cual el diseño es limpio, no está saturado. Esto es importante para que ustedes lo consideren.

5. ESTE ES UN PUNTO IMPORTANTE: CUIDEN LA ORTOGRAFÍA, HAGAN USO DEL DICCIONARIO Y DEL CORRECTOR DE WORD.

—CON ESA ORTOGRAFÍA,
UNA PALABRA TUYA
BASTARÁ PARA MATARME...



La mala ortografía da mala impresión de la persona que incurre en ella, máxime que cuentan con los apoyos que marcamos anteriormente.

Instrucciones de entrega.

1. Cada mensaje deberá entregarse en formato de imagen JPG o PNG a una resolución cercana a los 1280 x 720 pixeles si es en formato horizontal y de 1000 x 1000 pixeles si es en formato vertical.

Cada archivo debe tener la siguiente estructura:

Categoría + autor + edad + entidad

Pongamos un ejemplo



N *dulce*
sutil
Isexi
La trata esclaviza

\$IN PRECIO EN LA PIEL

El nombre del archivo sería: explotacion-sexual-vladimir-pena-55-cdmx

Punto importante: en los nombres de los archivos no poner acentos ni utilizar la letra “ñ”.

Si fuera el caso de tratarse de un trabajo a nivel familia la estructura sería:

Categoría + familia + escuela + entidad

Un ejemplo:

violencia-sexual-infantil-hernandez-ramirez-tec-1-acapulco

Importante que separen cada palabra con un guion medio “-” y no dejar espacios



2. En caso de que decidan producir un video, no debe durar más de 1 minuto y medio. Debe salvarse en formato MP4 en dimensiones 1280 x 720

3. Ya que tengan la totalidad de sus diseños que componen su campaña, en un mismo mensaje de correo deben anexar todos sus archivos.

- En el ASUNTO del correo deben poner el siguiente mensaje:

Campaña de (nombre del estudiante o familia)

- En el CUERPO del correo deben anotar los siguientes datos:

Nombre del estudiante o de la familia

En caso de las y los estudiantes poner su edad

Nombre de la escuela

Entidad

Nombre de la maestra o maestro

Nombre de cada uno de los archivos que se anexan y de la categoría a la que pertenecen

4. La cuenta de correo para el envío es:

correo@pasosfirmesysolidarios.online

5. En caso de que realicen videos o que sus diseños pesen más de lo que les permite su sistema de correo, pueden enviarlo a través de la aplicación en línea Wetransfer, la cual es gratuita y muy fácil de usar. La liga es: <https://wetransfer.com/>

- Cuando accedan al sitio, les pregunta si quieren registrarse de forma gratuita o comprar la licencia premium, hagan clic en “no gracias”.
- Aparecerá una nueva pantalla en donde les pide que seleccionen de su computadora los archivos que desean enviar. Esto lo hacen como comúnmente navegan en las carpetas de su computadora.
- Les pedirá el mail a donde se enviará, que es el que señalamos en el punto 4.



- Les pedirá su cuenta de correo o mail.
- Debajo aparece un espacio para poner un mensaje, en este caso, pondrán todo lo que se indica en el punto 3 de esta lista.
- Cuando seleccionen la opción ENVIAR, les aparecerá un mensaje que les pide el CÓDIGO que se ha enviado a su cuenta de correo. Vayan a su cuenta y copien este código de número.
- Cuando los peguen en la casilla correspondiente, iniciará la transferencia de los archivos y el mensaje.
- Al terminar, les llegará a su correo una copia del mensaje y de la liga de los archivos.
- Cuando se descarguen también recibirán un mensaje de que han sido descargados.
- Este procedimiento sólo lo deben de utilizar en caso de que su sistema de correo no les permita por el peso total del envío.
- Sin embargo, pueden ver que es muy fácil de utilizar.

NOTA: Recuerden que es un solo envío para la totalidad de su campaña.