

BRIEF

Cliente:	Vicepresidencia de la República	Proyecto:	Prevención Explotación Sexual comercial de niños, niñas y adolescente de Colombia
Fecha:	17 de abril de 2011		

EL CONTEXTO

La explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (NNA) en Colombia (ESCNNA) “Es un violación de los derechos fundamentales de la niñez. Comprende el abuso sexual por parte del adulto y remuneración en dinero o especie para el niño o para una tercera persona o grupo de personas. El niño(a) es tratado como objeto sexual y como mercancía. Constituye una forma de coerción y violencia y es considerado una forma contemporánea de esclavitud” (ICBF, Plan Nacional ESCNNA, p. 189). Se dice explotación porque es una forma de aprovechamiento, dominación y servidumbre de NNA. Es sexual porque se ejerce principalmente sobre el cuerpo considerado como objeto para proporcionar placer. Comercial, porque implica, en todos los casos una transacción económica.

La explotación incluye delitos como la pornografía infantil, actividades vinculadas al turismo sexual, trata de personas con fines sexuales, utilización de menores de 18 años con fines de matrimonio servil (matrimonio forzado) y utilización sexual de NNA por distintos grupos armados ilegales con fines sexuales.

En Colombia es un fenómeno que va en aumento. “UNICEF calcula que en este momento hay 35 mil niños y niñas vinculados a la explotación sexual. Según el mismo estudio la cifra se ha triplicado en los últimos tres años, y la edad en que se induce al abuso se ha reducido incluso por debajo de los 10 años.” (<http://www.ninosdepapel.org/espanol/article.php?sid=187>)

LOS PROTAGONISTAS DEL CONFLICTO

1. La Víctima

Niños y niñas adolescentes menores de los 18 años, en su mayoría mujeres. Se caracterizan por tener problemas de desarrollo emocional, baja autoestima y abandono. Están expuestos a la violencia, la pobreza y la migración.

El Estado Colombiano a través de El Plan Nacional de Erradicación de este flagelo, ONGs y proyectos locales se han preocupado por proteger a la víctima a través de la promoción de la denuncia, la atención a la víctima y resarcimiento de sus derechos.

2. El Explotador

Son en su gran mayoría hombres, muchos de ellos con un vínculo familiar con la víctima. (Padres, padrastros, tíos...) Se involucran en el conflicto principalmente por el dinero y carecen de una elaboración emocional del abuso sexual.

En Colombia, existen una legislación penal que castiga a los explotadores, por inducción, constreñimiento y estímulo a la prostitución, pornografía y turismo sexual de personas menores de edad.

3. El Cliente

Son en su mayoría hombres, entre los 25 y 45 años. Psicológicamente, se pueden definir como personas inseguras, introvertidas, inmaduras, dependientes, agresivas, poco sociables, de pobreza afectiva, incapaces de establecer relaciones significativas”. Según la ONG española ANESVAD, el 30% de estos consumidores acaba cometiendo abusos sexuales a menores.

BRIEF

Aun así, autoridades de justicia y protección de los NNA, así como ONGs y entidades internacionales que trabajan contra la ESCNNA, coinciden en señalar que una dificultad importante en la lucha contra ese flagelo es la ausencia de legislación penal que persiga la conducta del “cliente”.

Entonces, ¿qué pasa con ellos?

EL PROBLEMA

Cada vez que se aborda el tema de la ESCNNA los esfuerzos siempre se dirigen hacia la víctima o hacia el explotador, dejando a un lado y ocultando la gran responsabilidad frente a este flagelo que tiene el Cliente, consumidor directo y generador de la transacción.

LOS OBJETIVOS

- Prevenir la ESCNNA, atacando al primer eslabón de su cadena.
- Generar un rechazo social que sancione la conducta de los clientes de cualquier forma de ESCNNA.
- Involucrar a todos los colombianos y hacerlos partícipes de la problemática.

LA NECESIDAD

Crear una campaña de WOM que genere un movimiento nacional de rechazo hacia los “consumidores” de cualquier forma de explotación sexual comercial de NNA en Colombia.

LA AUDIENCIA

Todos los colombianos que llevan por dentro un ser cívico activo, que tienen la necesidad de ser buenos ciudadanos, de respetar la ley, de rechazar las malas prácticas y de hacer público lo que va en contra de sus principios. Colombianos que no tienen miedo de hablar y de opinar, colombianos sensibles a las causas justas.

RESPUESTA ESPERADA DE AUDIENCIA

(Que quiero que la gente sienta, piense y diga después de estar expuesta a mi comunicación)

“No tolero, rechazo y denuncio a todo aquel que consuma y/o pague un servicio que este explotando sexualmente a niños, niñas o adolescentes.”

LOS MEDIOS

Online.

Medios Comprados / Medios Propios (crear un site para la campaña)

Medios Adquiridos (Facebook, twitter, youtube)

Offline

Activación / P.R. / Out of Home

PRESUPUESTO

US \$350.000

TIMING

Entrega del brief: Mayo 16 de 2011 / Primera revisión: Junio 27 de 2011

Lanzamiento Campaña: Septiembre 5 de 2011