

**Cliente:** Vicepresidencia de la República

**Proyecto:** Prevención de la explotación sexual y comercial de niños y niñas adolescentes.

**Fecha:** Abril 17 de 2010

Como ciudadano, que valora y se compromete con los derechos de los niños de este país y es conciente de la responsabilidad que tenemos frente a ellos, creemos que usted debe tener claros datos como los siguientes:

- UNICEF calcula que en Colombia hay en este momento 35 mil niños y niñas vinculados a la explotación sexual (fuente: <http://www.ninosdepapel.org/espanol/article>), pero que esta cifra a pesar de ser alarmante, no es totalmente cierta, porque hace referencia únicamente a los casos denunciados y existen otros tantos sin denunciar por razones como: el miedo, sobornos, el sentimiento de estar en deuda con los explotadores o la misma **indiferencia de aquellos que sienten que no tiene nada que ver con el tema.**
- A pesar de que hay entes privados y públicos comprometidos con la causa trabajando de manera contante en planes y acciones para poder contrarrestarla, en los últimos tres años las cifras se han triplicado, siendo Colombia uno de los 3 primeros países con mayor índice de explotación infantil y convirtiendo a este en uno de los negocios ilegales más lucrativos en el mundo.
- **Hay gente que todavía piensa que esta es solo una más de las consecuencias de la pobreza** y que su mayor manifestación es el turismo sexual, pero no tiene en cuenta que este delito también incluye: Pornografía infantil, matrimonio forzado, trata de personas con fines sexuales y utilización de niños, niñas y adolescentes por parte de grupos armados ilegales con fines sexuales.
- La explotación sexual es el cuarto factor de riesgo que tiene un niño en Colombia, según el Plan Decenal para la Niñez del ICBF.

Aunque no lo crea, no toda la gente es como usted y todavía hay personas que se le olvida que la explotación es uno de los problemas sociales con mayores impactos sobre el país y se escudan en mitos convertidos en verdades para ignorar el tema. Y sí, es aun más desilusionante pensar que a pesar que en muchas ocasiones van por la calle, lo ven pasar ante sus ojos y simplemente lo dejan ir como si fuera un suceso más, sin pensar las consecuencias negativas que no solo fortalecen las actividades de explotación sino que contribuyen con la impunidad y están destruyendo la vida de miles de niñas y niños adolescentes.

El problema ya se salió de las manos y por eso una campaña en la que se grita a los cuatro vientos ¡No más a la explotación de niños, niñas adolescentes! puede volverse una moda más como tantas de las campañas sociales que tratan de generar conciencia en la cabeza de las personas. Esto no es un problema del gobierno, es un problema de la sociedad compuesta por gente, que a diferencia de usted, es ignorante y sigue creyendo en **mitos** como que los niños hacen esto por ganar plata, porque es un país sin oportunidades ni garantías, porque que solo le pasa a la gente de pobre, porque no encontraron otra forma de ayudar a sus familias o simplemente porque es una manera “fácil” de obtener recompensas materiales y aliviar su pobreza. (Fuente: Fabio Gonzalez Florez, Ex gerente de la Estrategia Nacional contra la ESCNNA del ministerio de comercio, industria y turismo)

Creería que usted está de acuerdo que para generar una prevención frente al tema, lo que necesitamos es despercudirles la cabeza a esas personas y borrarles de su mente los imaginarios que tienen sobre este problema. No es cuestión de seguir pensando “pobre niño” porque ellos no son los que deciden escoger este camino, es cuestión de poner sobre la mesa el papel que estás personas juegan para que esto siga pasando a través de una la cultura subyacente a la que pertenecen. Esto es radical, en cuestión de valores no hay puntos medios, nuestro objetivo es que estas personas decidan si hacen parte de la cadena que propicia la explotación sexual por medio de su ignorancia, permisividad y tolerancia o si hacen parte de aquellos que deciden cambiar su lenguaje y actitud frente a los niños reconociendo y haciendo cumplir sus derechos fundamentales.

¿Cómo lograr que estos “mitificadores” se “desmitifiquen”? La propuesta es darle una participación activa para que ellos mismos se conviertan en **cazadores** de sus propios mitos y de esa forma al identificarlos dejen ese papel pasivo que vienen jugando dentro de la cadena de explotación. El reto es claro, es un cambio estructural que quiere lograr cambiar el lenguaje y la percepción de las personas frente a un fenómeno que parece invisible.

De esta forma, el trabajo debe hacerse en 2 fases

**Fase 1:** “Cazando Mitos”

(Objetivo) Invitar a los” mitificadores” a postear sus propios mitos a través de un site especial.

(Duración) 3 meses.

Medios propuestos:

- Internet: Piezas drive to web (redes sociales y pauta), site para la actividad.
- Tv: comercial de 10” invitando a participar en la actividad/ menciones o secciones para poder postear en vivo lo mitos en programas de la mañana como Muy Buenos Días.
- Radio: Secciones de radio para postear los mitos en vivo.
- BTL: Evento de lanzamiento con medios para generación de Free press / activaciones en centros de alto tráfico como centros comerciales y parques para invitar a la gente para que hable de los mitos.

**Fase 2:** Cambio de mitos a realidades.

(objetivo) Agrupar los mitos encontrados para hacerles la prueba de realidad y desmitificarlos.

(Duración) 3 meses

- Internet: Piezas drive to web (redes sociales y pauta), evolución site con nuevo objetivo
- Tv: comerciales de 20” para comunicar los 4 mitos más importantes.
- Radio: cuñas de 30” con los mitos más importantes
- Impresos: Avisos de prensa / Eucoles y OOH

**Para tener en cuenta:**

- En ninguna de las ejecuciones se deberá mostrar niños
- Utilizar un todo fuerte y contundente pero no amarillista. Es posible usar la irónica y el sarcasmo para llamar la atención de las personas sin utilizar los recursos de tristeza y dolor que se han venido utilizando a lo largo de la historia para hablar del tema.

**Presupuesto:**

Duración de campaña: 6 meses.

Presupuesto total: \$3.000 millones

Propuesta discriminada sujeta a redistribución según creatividad:

| <b>ACTIVIDAD</b> | <b>PRESUPUESTO</b>                                 |
|------------------|--|
| Producción de TV | \$500.000.000                                      |
| Producción Radio | \$15.000.000                                       |
| Digital          | \$35.000.000                                       |
| Impresos         | \$10.0000.000                                      |
| BTL              | \$200.000.000                                      |
| Plan de medios   | \$2.000.000.000                                    |
| Trabajo agencia  | Comisión del 8% sobre del valor del proyecto total |