

# BRIEF : PREVENCIÓN DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

**Cliente:** LA VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Son funciones de La Vicepresidencia de la Republica, las misiones o encargos sociales que le confie el Presidente de conformidad con lo establecido en la Constitución Política y la Ley.

## ¿A qué nos estamos enfrentando?

En Colombia según datos de la UNICEF la explotación sexual afecta a más de 35 mil niños, niñas y adolescentes. 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. Según cifras del Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, las mujeres representan el 84% de los dictámenes periciales sobre violencia sexual que realiza la Entidad. De ese porcentaje, el 75% se realizan a niñas entre 10 y 14 años de edad. Los principales agresores son los padrastros, abuelos, padres y familiares.

## ¿Cuáles son las causas?

- Los mayores índices de abuso tienen como lugar su hogar, y su presunto agresor se encuentra compartiendo diferentes escenarios y espacios con la víctima.
- El escaso poder adquisitivo hace que sus familiares comercialicen o canjeen el cuerpo del menor por alimento o bienes.
- Falta de educación en regiones en conflicto armado y baja presencia del estado en infraestructura.
- Deserción del hogar “Paternal o Maternal” por violencia física o psicológica.
- Turismo sexual, principales ciudades del País ( Cartagena, Santa Marta, San Andrés, Bogotá, Medellín y Cúcuta)
- Bajas penas en el castigo a los abusadores o traficadores sexuales en menores de edad.
- La falta de atención y prevención de los familiares y padres hacia el comportamiento de los niños, niñas y adolescentes hace que estos se conviertan en un blanco fácil de la explotación sexual que por lo general ocurre en las casas, y colegios, siendo estos espacios los lugares más riesgosos para los niños, niñas y adolescentes.

## ¿Por qué necesitamos desarrollar esta comunicación?

- Porque la explotación sexual se considera una violación de los derechos fundamentales de la niñez, además constituye una forma de coerción y violencia y es considerado una forma contemporánea de esclavitud (ICBF, Plan Nacional ESCNNA, p. 189)

## Objetivo

- Lograr que los padres, familiares y toda la comunidad se comprometan a proteger a los niños, niñas y adolescentes de cualquier tipo de explotación sexual. Especialmente en niñas pre y adolescentes de los 10 a los 17 años de edad.

## ¿Con quienes?

- GOOGLE: Cada vez que una persona ingrese al buscador palabras que buscan contenido pornográfico infantil, el primer link que seleccione lo llevará al site de esta campaña, en donde encontrará contenido sobre esta problemática.
- MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL: por medio de su Portal Colombia Aprende y los distintos foros nacionales de educación en primera infancia, se realizarán capacitaciones para que los docentes las repliquen en ciudades o municipios.
- UNICEF
- ASOCIACIÓN NIÑOS DE PAPEL

## ¿A quién la vamos a hablar y qué sabemos de ellos?

- **Todos tenemos un problema y lo estamos ignorando:** Se define como todas aquellas personas, hombres, mujeres, niños, niñas y adolescentes que se encuentran en el territorio colombiano y pueden prevenir o dar aviso de los casos de explotación sexual en el país.
- **Los yo estoy seguro de que eso nunca sucederá en mi hogar o grupo social:** Son todos aquellos adultos de los 18 a los 65 años de edad que en su grupo familiar o social comparten tiempo y espacios con niños, niñas y adolescentes. Estos adultos confían plenamente en las personas que las rodean en su hogar y entorno social; han escuchado sobre casos de abuso sexual cercanos pero aún así confían en las personas que conocen.
- **Las ahora me siento mujer:** Son niñas pre y adolescentes entre los 10 y los 17 años de edad que inician su etapa de desarrollo sexual y exploración de su cuerpo, comienzan a vestirse diferente e incluso a maquillarse, les gusta sentirse lindas y en ocasiones sentir que ya son mujeres adultas, notan las miradas que pueden atraer en niños y hombres adultos. Estas niñas son las que corre mayor riesgo de abuso y explotación sexual dentro de su hogar, muchas víctimas en estas edades no se atreven a denunciar por amenazas de sus agresores.

## ¿Cuál es la creencia del grupo objetivo?

- Ya que la comunicación se ha limitado a situaciones negativas y la imagen usada en campañas anteriores es demasiado clásica. los jóvenes y sus familiares creen que no esta dirigida a ellos.

## ¿Qué Insights claves podemos aprovechar?

- Claro que me parece importante saber con quien están mis hijos. “pero el trabajo no me deja estar pendiente”
- Mis hijos son muy pilos y no van a dejar que nadie los toque.
- Si eso le llegara a suceder a mi hijo o hija jamás lo denunciaría, para proteger su intimidad y evitar el escándalo público.

## ¿Qué les podemos decir?

- Diles a los padres, familiares y toda la comunidad que proteja a niños, niñas y adolescentes como se protegen a si mismos de cualquier tipo de explotación sexual

## ¿Cómo les vamos a hablar?

- La comunicación debe tener un tono honesto, de una manera fresca y fácil de entender, NO limitar la comunicación a niños, se deben generar situaciones positivas que lleven a la sensibilización.

## ¿Que vamos a desarrollar?

- ATL: TV Nacional, TV Regional, Radio Nacional, OOH - Digital: Social Media, Web site, y captura de base de datos - Experiencial BTL

## ¿En qué entorno/contexto y momento se comunicará?

- Deben explotarselos momentos que mas comparte el Grupo Objetivo con su familia, y los días en que mas hechos suceden (Martes y Jueves) horario Early. Prime.
- Como los medios de comunicación son limitados por alcance, en los departamentos con mayores tasas de abuso como Amazonas y Casanare debemos ser lo suficientemente convincentes teniendo en cuenta que no podemos escoger los momentos de comunicación ideales, además se deben proponer medios de comunicación alternativos para llegar a las zonas antes mencionadas.

## ¿Cuánto tiempo debe durar la campaña?

1 año, 3 campañas estacionales, cada campaña debe dirigirse solo a uno de los 3 target propuestos en el siguiente orden:

- 1 - **Todos tenemos un problema y lo estamos ignorando**
  - 2- **Los yo estoy seguro de que eso nunca sucederá en mi hogar o grupo social**
  - 3- **Las ahora me siento mujer.**
- Cada campaña tendrá una duración de 4 meses

## Presupuesto

- **\$ 3.500.000.000**