

BRIEF PARA AGENCIA

Marca: Vicepresidencia de la República

Proyecto: Explotación sexual y comercial en menores

Fecha: 17 de abril de 2011

1. ANTECEDENTES

La explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes 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. Es dirigida a niños, niñas y adolescentes porque es menores de 18 años en los que se configura esta violación de derechos fundamentales.

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.

2. OBJETIVOS:

- Evitar que el “*maravilloso mundo*” de la explotación sexual siga “seduciendo” a los padres y por ende a los menores de edad en Colombia.
 - o Crear consciencia de lo maravillosa que puede ser la vida si desde las raíces y la educación, podemos cambiar las percepciones de “ganarse la vida”.
 - o Sabemos que estos niños son vistos como “máquinas de hacer dinero”, no queremos ni podemos cambiar esta percepción. Necesitamos mentalizarlos que ésta puede ser una “máquina” más lucrativa en el futuro si se lleva por otro camino.

3. CUÁL ES EL INSIGHT QUE LE DA VIDA A ESTE BRIEF:

“Lo que yo haga por ellos ahora, se me va a devolver en el futuro”. Este es el momento de la vida en que los hijos se pueden formar y así madurar y crecer para ser exitosos.

4. QUIÉN ES NUESTRO TARGET / AUDIENCIA:

Padres y madres entre 25 y 40 años, de NSE 1 y 2, en condiciones de pobreza y que en algunos de los casos son desplazados a la fuerza por la violencia.

Si bien, quienes viven este *mal* son los menores de edad, niños y niñas en su mayoría entre 10 y 14 años, ellos son los que terminan pagando las consecuencias de algo que jamás escogieron por voluntad propia en sus vidas. Quienes hacen que esto realmente pase son sus padres; bien sea porque los inducen a esto por

una retribución económica, o porque desde muy pequeños están viviendo esto, por lo tanto lo ven como algo normal.

5. QUÉ HACE Y QUÉ PIENSA NUESTRO TARGET ACTUALMENTE:

Bajo presión, los padres hacen vivir a sus hijos(as) una realidad de pobreza y necesidad en la que se ven obligados a que desde muy pequeños ayuden con la economía del hogar. Pero qué plata más fácil para los padres que sus hijos(as) salgan a la calle a vender su cuerpo y sentir que son valorados y “respetados” por alguien; alguien a quien ni siquiera conocen, pero que está entregando “algo” por ellos. Lo que no saben es que detrás de este “*maravilloso mundo*” vienen consecuencias que no tienen vuelta atrás y que cobran muchísimas vidas inocentes.

6. QUÉ QUEREMOS QUE PIENSEN Y HAGAN CUANDO VEAN NUESTRO MENSAJE:

- Que se den cuenta y entiendan que con el tiempo vendrán mejores cosas y éstas se les retribuirán positivamente.
 - o Que “rieguen la bola” y una vez ellos se concienticen, lo hagan con el resto de su familia y/o comunidad.
 - o Que se valoren ellos, y por ende a sus hijos, y se den cuenta que la vida los recompensará.
 - o Hay otras formas, mucho más sanas y alegres de ganarse la vida, sin necesidad de explotar y “dañar” a sus hijos(as).

En relación con la Fundación Bolívar – Davivienda, quienes apoyarán

- o Que entiendan el tipo de ayuda que les brinda la Fundación para que salgan adelante en sus proyectos de vida y así ser mejores personas y profesionales (en su futuro, no muy lejano).
- o Que apliquen y hagan de este proyecto ellos(as) mismos una realidad.

7. CUÁL ES EL PUNTO MÁS IMPORTANTE A COMUNICAR:

No sueñen con una mejor vida involucrando a sus hijos en un negocio tan torcido. Hagan algo sano por ella y dense cuenta que con el tiempo y la dedicación mejores cosas llegarán a sus vidas por las cosas buenas que hicieron por sus hijos.

a. Por qué deberían creerlo?

- o Porque hay opciones totalmente viables para tener un futuro prometedor en familia.
- o Si de necesidad se trata, la mejor forma de no sentirla es desde las raíces, desde la educación. Esto es posible gracias a la Fundación Bolívar – Davivienda, quienes apoyarán y ayudarán a ver la perspectiva desde un mejor ángulo.

8. CONSIDERACIONES:

- a. **Geográficas:** A nivel nacional, dándole foco a las zonas más vulnerables y afectadas por este mal, pero sin dejar a un lado las que podrían ser potencialmente viables para que se desarrollara y poder prevenir desde un principio.

b. Debe tener:

Explicación profunda, breve y clara de la Fundación que apoyará el proceso para que desde las raíces se prevenga este mal.

Uso del logotipo de la Fundación Bolívar – Davivienda

Uso del escudo de la Vicepresidencia de la República