

Cliente: Vicepresidencia de la República de Colombia.

Tema del Brief: Prevención de la explotación sexual de niños, niñas, jóvenes y adolescentes.

Antecedentes:

La explotación infantil es una violación de los derechos fundamentales de los niños y las niñas. Tan solo en 2010, permitimos que esto pasara a más de 35.000 menores en nuestro país.

Los delitos de explotación infantil van desde fotos pornográficas de menores, hasta su abuso por parte de grupos ilegales con fines sexuales, pasando por trata de personas y matrimonio servil.

Aunque una de los factores asociados a la explotación infantil son las necesidades económicas reales de los niños vinculados, ese no es el único. La obsesión que creada por la sociedad de consumo de vivir con un estilo de vida lujoso, la necesidad de escapar de un ambiente familiar conflictivo, la presión de grupo y baja autoestima también lo son.

Público objetivo:

Daniela de 12 años, más conocida como Leidy, vive en una pieza en el barrio Nelson Mandela en la periferia de Cartagena, con su mamá, sus tres hermanos menores y un padrastro, que la viola constantemente. Cursó hasta 3 elemental en una escuela vecina, pero se vio obligada a abandonarla al nacimiento de su segundo hermano, pues es su responsabilidad cuidarlo y ayudar a llevar dinero a su casa.

Sueña con una vida glamorosa lejos del barrio donde vive, rodeada de personas diferentes a su madre y su padrastro a quines resiente por su situación.

Leidy es como cualquier niño de 12 años en Colombia, pero forma parte de los 35.000 menores explotados en el país que nunca han tenido la oportunidad de tener una infancia y ser amados y protegidos.

Para qué vamos a hacer publicidad:

Para prevenir la iniciación en la vida sexual prematura y fomentar el retiro de los niños y jóvenes víctimas de la explotación sexual en Colombia.

Somos concientes de que una campaña no soluciona todo el problema. Pero crea conciencia. Por esta razón, en esta primera etapa vamos a hacer publicidad para motivar a quienes tienen la elección de retirarse o de no involucrarse jamás en esta cadena de infamia y dolor.

Qué queremos comunicar?

No queremos mostrarles a los niños el crudo mundo de la explotación infantil, ellos lo conocen mejor que nadie.

Queremos contarles que la opción de salir existe. Y tienen el derecho de ser niños y vivir su infancia como etapa fundamental, vital que es, y no como simplemente un requisito asociado a un concepto cronológico.

Insight:

“Por mis necesidades me siento resignada a esta forma de vida. Es la única que conozco ”

Alma:

El sexo jamás debería ser una transacción

Esencia:

Tener una relación sexual con alguien es una elección. Para los niños explotados también debería serlo

Consideraciones:**Tono:**

Debemos utilizar un tono infantil, que los niños entiendan, no por esto restarle seriedad a este tan delicado tema. No lo deben sentir nunca como un regaño o un reproche, sino como un aliento y una voz amiga que les prestará ayuda.

Restricciones:

Todas las piezas deben cumplir con lo estipulado por el artículo No.47 del Código de la Infancia y de la Adolescencia.

Guías ejecucionales:**Medios:**

Televisión: franjas prime, early y fines de semana.

Radio: cadenas populares y enfocadas a adolescentes.

Exteriores: Tomas de barrio, publicidad guerrilla; graffiti, carteles y volantes (repartidos por infiltrados).

Medios alternativos e innovadores.

Presupuesto para la producción y divulgación de la campaña:

\$600,000,000 (no se debe hacer inversión en TRPs pues se pautará por código cívico y alianza con un canal privado).

Duración campaña:

La campaña debe empezar en julio pues es la fecha de retorno a clases, que es ideal para motivarlos. Debe prolongarse hasta septiembre y tener una etapa de recordación en diciembre y enero haciendo énfasis en la Navidad el Nuevo año como momento asociado a las ilusiones infantiles, y propicio para cambiar de vida.

Alianzas:

Se deben crear alianzas con personalidades famosas que nos ayuden a difundir el mensaje. Estas deben ser adultos y niños que causen admiración en el público objetivo.

Se acudirá a Colegios que brinden facilidades a los niños afectados para entrar a estudiar garantizando un entorno amable, sin juicios, y en el que haya acompañamiento permanente para evitar las recaídas y la deserción. . También es importante unirse a fundaciones como ECPAT (End Child prostitution child pornography and trafficking of children for sexual purposes)

Igualmente creemos importante aliarse con un canal privado nacional para asegurar costos bajos y frecuencia en la pauta.