

## BRIEF CREATIVO PARA LA CONTRATACIÓN DE ACTIVACIÓN DE CAMPAÑA PARA LA PREVENCIÓN Y DENUNCIA DEL HOSTIGAMIENTO SEXUAL EN EL EMPLEO Y LA DOCENCIA

La campaña de comunicación pretende atender dos problemáticas:

- **Hostigamiento sexual:** Se entiende por acoso u hostigamiento sexual, toda conducta con un contenido sexual, que se realice aislada o reiteradamente, escrita o verbal, gestual o física, indeseada para quien la recibe, que provoca una interferencia substancial en el desempeño de las labores de un servidor o en el proceso de enseñanza-aprendizaje, creando un ambiente de trabajo o de estudio hostil, intimidante o discriminatorio.
- **Relaciones impropias:** Son relaciones desiguales y de poder entre una persona adulta y una persona adolescente. Desde el punto de vista de los derechos humanos, resultan inconvenientes o dañinas para las personas menores de edad. En muchos casos, pueden llegar a ser una forma oculta y cómplice de violencia.

### 1) Problema

Se parte de 3 situaciones

1. El hostigamiento sexual afecta las condiciones de empleo y de docencia de quien lo sufre.
2. Existe un número importante de estudiantes (principalmente mujeres) que deben enfrentar situaciones de connotación sexual que son indeseadas, generando afectación en su bienestar personal.
3. Existe una gran cantidad de casos de hostigamiento sexual y relaciones impropias que no son denunciados por diversos motivos, dentro de los cuales destaca la falta de desconocimiento sobre el procedimiento a seguir.

### 2) ¿Quién tiene el problema?

- Estudiantes
- Familia de estudiantes
- Personal docente y administrativo del Ministerio de Educación Pública

De rebote se quiere educar a la población en general sobre el hostigamiento sexual, qué hacer, cómo actuar y proceder y las relaciones impropias.

### 3) ¿Cuál es el verdadero obstáculo que se oculta detrás del problema?

La desinformación.

### 4) ¿Qué solución vendemos como la respuesta al problema?

- Informar sobre que es una relación impropia y el hostigamiento sexual.

- Mostrar situaciones que se catalogan como relaciones impropias y de hostigamiento sexual.
- Brindar información de donde se puede solicitar información o pedir apoyo.
- Dar a conocer la ruta para realizar denuncias.

#### 5) Información esencial en la comunicación.

- Dejar claro qué es el hostigamiento sexual y las relaciones impropias.
- Se quiere un llamado directo del NO al Hostigamiento sexual y Relaciones Impropias
- Un llamado a la denuncia.
- El MEP y la OEI se unen contra el hostigamiento sexual

#### 6) ¿Cómo transmitiremos nuestros mensajes?

Medios que se utilizarán: Radio, TV, redes sociales, cine, prensa escrita.

#### 7) Entregables

##### Hostigamiento sexual (estudiantes-familia)

- 1 spot para tv/cine/redes sociales (animado)
- 2 spot de radio (1 dirigido a la población estudiantil y otro para público adulto)
- 1 afiche
- Mensajes redes sociales

##### Hostigamiento sexual (personal docente y administrativo)

- 1 spot para sitio web, correo masivo funcionarios MEP
- 1 brochure
- Mensajes redes sociales

##### Relaciones impropias público en general

- 1 spot para tv/cine/redes sociales (animado)
- 1 spot de radio
- Mensajes redes sociales

Los materiales impresos y mensajes para redes sociales se deben entregar en formato que permita modificarse y que contenga acceso a imágenes y tipografías. La OEI tendrá todos los derechos sobre esos materiales para difundirlos sin limitación geográfica o temporal.

- **Evaluación del alcance de difusión de la campaña (redes sociales/agenda medios de comunicación/web)**

Informe que indique:

- nº personas que han compartido la campaña en sus redes sociales
- nº likes obtenidos
- análisis de los comentarios positivos, negativos y frecuentes
- audiencia alcanzada en todas las redes sociales
- nº de medios de comunicación no oficiales que se han hecho eco de la campaña y audiencia alcanzada
- % tráfico web que ha entrado en la campaña y tiempo de visualización.
- recomendaciones para futuras campañas.

- **Monitoreo y reporte de la cobertura noticiosa y debate del tema durante la campaña.**

**8) ¿Qué acción queremos que la audiencia realice después de recibir nuestros mensajes?**

- Reconocer una relación impropia y una situación de hostigamiento sexual.
- Buscar ayuda o información en caso de ser víctima de hostigamiento sexual o conocer una persona que está siendo víctima.
- Denunciar casos de relación impropia o situación de hostigamiento sexual.

**9) Posicionamiento que se busca obtener para la OEI y MEP respecto de este problema a través de la campaña:**

- Atender una responsabilidad
- Compromiso con la sociedad
- Agentes de cambio
- Impulsadores del tema en el debate público

**10) ¿Cómo queremos que la audiencia se sienta en relación con nuestra solución?**

- Empoderamiento
- Conocedora
- Responsabilidad
- Seguridad de la actuación
- Íntegramente comprometida

**11) ¿Qué señales nos indicarán que la campaña ha tenido éxito?**

- Aumento del número de denuncias.
- Posicionamiento del tema en la agenda pública (medios de comunicación)
- Mayor número de consultas sobre las problemáticas
- Solicitud de información.

**12) Elementos que deben estar dentro de materiales**

- Logotipos de MEP y OEI.
- Respetar los libros de marca de MEP y OEI.
- Lenguaje no sexista.
- Accesibilidad (subtitulación en materiales audiovisuales, letra clara y fácilmente visible en materiales impresos y diseños para redes sociales.

Todos los materiales deben ser aprobados por el MEP y OEI quienes previamente los expondrán a expertos para su validación.

**13) Duración de la campaña**

3 meses

**14) Presupuesto**

Se posee un presupuesto máximo de USD 16,814.16 (dieciséis ochocientos mil catorce dólares con 16/100), más USD 2,185.84 de impuestos (IVA). El presupuesto total es de USD 19,000.