



¡HABLÉMOSLO YA! COMUNIQUÉMONOS. RESPETEMOS. PARA PREVENIR LA VIOLENCIA SEXUAL.

Es hora ... de crear una campaña.

El Mes de Conciencia sobre la Violencia Sexual es una oportunidad excelente para crear una campaña a nivel comunitario en torno a este tipo de violencia. Las campañas de educación pública juegan un papel importante en el cambio de normas sociales, así como en la provisión de datos básicos y educación al público. Las campañas de concientización social pretenden cambiar conductas y requieren un proceso de planificación diferente que ponga énfasis en comprender por qué la gente hace lo que hace. A fin de planear una campaña exitosa para aumentar la conciencia y el conocimiento público sobre un tema, los siguientes pasos son necesarios.

Paso 1: Identifique a su público

Todas las personas tienen un papel que jugar en la erradicación de la violencia sexual, lo cual dificulta seleccionar a un público específico para una campaña de educación pública. Sin embargo, las investigaciones demuestran que escoger a un público reducido y adaptar el mensaje a éste es el método más eficaz para aumentar la toma de conciencia sobre un tema.

Su comunidad tiene muchos públicos entre los cuales elegir: madres, padres, docentes, agencias policiales, profesionales de la salud, estudiantes y más. Al elegir al público para su campaña, piense cuál grupo tiene menos conocimientos y conciencia sobre la violencia sexual. Puede ser útil considerar los grupos más expuestos al riesgo de sufrir ciertos tipos de violencia sexual o que pueden tener el mayor impacto en la prevención de casos de violencia sexual (como líderes de opinión).

También es importante tener en cuenta la estructura demográfica de su comunidad y asegurarse de incluir a grupos subrepresentados en formas que reflejen sus necesidades y obstáculos particulares al hacer frente a la violencia sexual.

Piense en la posibilidad de llevar a cabo una evaluación de necesidades a fin de determinar cuál público se beneficiaría más con su campaña. Para obtener información sobre cómo realizar una evaluación de necesidades, visite:

- **Caja de Herramientas Comunitarias:**

Guía para valorar las necesidades y recursos comunitarios (en inglés): http://ctb.ku.edu/es/dothework/tools_tk_18.aspx

- **Estrategias de evaluación de necesidades para grupos comunitarios y organizaciones** (Universidad Estatal de Iowa) (en inglés): <http://www.extension.iastate.edu/communities/tools/assess/>

- **Manual para evaluación de necesidades** (Biblioteca de la Universidad de Arizona) (en inglés): http://intranet.library.arizona.edu/archives/teams/nadm/tutorial/resources_2.htm

- **Notas de evaluación de necesidades - conceptos y herramientas esenciales** (Isidro Maya Jariego): <http://personal.us.es/isidromj/php/wp-content/uploads/2007/12/05-necesidades.pdf>

- **Recursos para evaluar las necesidades de la comunidad** (Rotary International): www.rotary.org/RIdocuments/es_pdf/605c_sp.pdf



¡HABLÉMOSLO YA! COMUNIQUÉMONOS. RESPETEMOS. PARA PREVENIR LA VIOLENCIA SEXUAL.

Si en este momento no le es posible hacer una evaluación de necesidades, busque información disponible en su comunidad sobre la violencia sexual o consulte estadísticas de delitos. Por último, elija al público objetivo basándose en los conocimientos que usted tiene de la comunidad, así como en los recursos y objetivos de su organización.

Paso 2: Escriba los objetivos

Este paso se complementa con la elección del público objetivo. Al planificar una campaña de educación pública, es fundamental definir por qué usted decidió participar en ella. Trace los objetivos de su campaña. Detalle los conocimientos o actitudes particulares que quiere cambiar en el público que eligió (recuerde que esta campaña no pretende modificar conductas, pero sí conocimientos, actitudes o creencias). ¿Desea que las personas conozcan la verdad detrás de los mitos sobre la violación, que sepan cómo ayudar a sobrevivientes o entiendan qué podrían hacer para intervenir cuando presencian acoso sexual u otras formas de violencia sexual? Los siguientes son algunos ejemplos de objetivos:

- **Objetivo 1:** Aumentar los conocimientos sobre todas las conductas que constituyen violencia sexual.
- **Objetivo 2:** Dar a conocer los servicios disponibles en la comunidad para víctimas de violencia sexual.
- **Objetivo 3:** Aumentar la capacidad de las personas para identificar y contrarrestar los mitos comunes en torno a la violación.
- **Objetivo 4:** Ampliar los conocimientos de las personas sobre cómo intervenir cuando presencian casos de acoso sexual y/o violencia sexual.

Paso 3: Elabore estrategias

Después de trazar sus objetivos, determine las estrategias que utilizará en esta campaña para lograrlos. Algunos ejemplos de estrategias:

- Crear afiches que contengan información y estadísticas sobre la violencia sexual.
- Escribir artículos de opinión para su periódico local.
- Llevar a cabo un evento con conferencistas que informen a un grupo sobre la participación comunitaria para prevenir la violencia sexual o reaccionar ante ésta.
- Producir folletos y/o tarjetas con datos e información sobre la violencia sexual y distribuirlos entre personas y/o negocios en eventos deportivos, conciertos y festivales comunitarios.
- Crear anuncios de servicio público para radio y televisión.
- Distribuir los mensajes de la campaña por medio de correo electrónico, Facebook o Twitter.
- Poner en escena una obra de teatro.

Seleccione estrategias con las cuales su público objetivo pueda identificarse y que sean realistas para los recursos y el cronograma de su organización.

Paso 4: Cree mensajes

Si pudo evaluar las necesidades del público objetivo, usted debería tener una noción clara sobre los conocimientos específicos de los que ese grupo carece en lo que respecta a los objetivos de esta campaña. Por otro lado, si se enteró de que muchas personas comprenden que la violencia sexual es un problema pero no saben cómo ayudar a alguien que la sufrió, usted podría brindarles información sobre los servicios disponibles en la comunidad y los derechos de las víctimas.



¡HABLÉMOSLO YA! COMUNIQUÉMONOS. RESPETEMOS. PARA PREVENIR LA VIOLENCIA SEXUAL.

Si no fue posible realizar una evaluación de necesidades, intente hallar otras investigaciones sobre las actitudes y creencias entre la comunidad acerca de la violencia sexual. Por ejemplo, quizás una universidad local haya llevado a cabo una investigación independiente sobre el tema que usted podría utilizar. Si su programa imparte educación de pares, averigüe si hay encuestas previas y posteriores a las evaluaciones que puedan darle una idea de las creencias y actitudes. Por último, tendrá que elegir entre tres y cinco hechos o mensajes para transmitirlos a su público objetivo. Si no tiene claro dónde comenzar, el Paso 5 será de ayuda en este proceso.

Paso 5: Hable con su público

Antes de diseñar los materiales, comuníquese con algunas personas del público mediante encuestas o grupos focales para verificar que el o los mensajes que eligió en el Paso 4 son adecuados y les proporcionan información nueva. A veces esto puede parecer abrumador si su cronograma y presupuesto obstaculizan la planificación y realización de grupos focales formales. Una opción es asociarse con otras organizaciones de la comunidad y asistir a sus reuniones para recibir opiniones y crear concientización. Estas interacciones pueden ser informales; el objetivo es que las personas a quienes intenta llegar le aporten opiniones sobre sus mensajes.

Los grupos focales le ayudarán a determinar si los mensajes que planea utilizar serían eficaces con su público objetivo. Comparta los datos que desea incluir y obtenga las reacciones de los grupos. ¿Tendría sentido este dato si lo leyeran en un afiche? ¿Es algo que desconocen? Preguntas como éstas le ayudarán a decidir qué incluir finalmente en los materiales educativos.

Paso 6: Trabaje creativamente

Después de recopilar la información del público objetivo, comience a armar la campaña. Si planea desarrollar una idea que requiere diseño gráfico, como un afiche o folleto, considere hablar con una escuela o universidad de arte local para encontrar estudiantes o docentes que quieran crear material gráfico sin ningún costo. O investigue otras organizaciones que hayan desarrollado campañas y mensajes similares. Comuníquese con el Centro Nacional de Recursos contra la Violencia Sexual (NSVRC) al número 1-877-739-3895 o escriba a resources@nsvrc.org a fin de obtener ayuda para encontrar recursos adicionales.

Paso 7: Vuelva a comunicarse con el público

Destine tiempo para validar los materiales de la campaña con el público objetivo. Después de su arduo trabajo y planificación, querrá tener confianza en que los mensajes y materiales son apropiados. Es posible que deba realizar cambios para satisfacer mejor las necesidades del público. Después de todo, la campaña será eficaz sólo si el público objetivo presta atención a su mensaje, por lo que este paso es fundamental.

Paso 8: Implemente de modo estratégico

Después de hacer cualquier cambio necesario a los materiales, piense cómo y dónde los distribuirá. Para un alcance local, pida permiso al personal de hospitales, bibliotecas, centros comerciales, universidades y gimnasios para exhibir su material en los tableros de anuncios. Llegue al público en línea a través de correos electrónicos y redes sociales.

Paso 9: Evalúe

La evaluación eficaz es un elemento importante de cualquier campaña de educación pública.



¡HABLÉMOSLO YA! COMUNIQUÉMONOS. RESPETEMOS. PARA PREVENIR LA VIOLENCIA SEXUAL.

Un paso simple de evaluación es mantener un registro de la cantidad de materiales que ha distribuido o de cuántas veces se transmitió un anuncio de servicio público. La recolección y evaluación de datos le ayudarán a diseñar futuras campañas y utilizar los recursos con prudencia. Si no fue exitoso repartir folletos este año, oriente de nuevo al personal a fin de que haga algo diferente para la siguiente campaña.

Es útil comparar los conocimientos y la conciencia de su público objetivo antes y después del lanzamiento de la campaña. Las encuestas antes y después de la campaña son un modo de determinar la eficacia de ésta. Póngase en contacto con especialistas de la comunidad, incluyendo a docentes y profesionales en psicología, sociología o salud pública que puedan estar anuentes a hacer trabajo voluntario en esta área.

Cronograma

Si es posible, comience a planificar su campaña seis u ocho meses antes de lanzarla. A fin de seleccionar al público objetivo, necesitará uno o dos meses para recopilar información sobre la violencia sexual en su comunidad e identificar las lagunas de conocimientos. Quizás le tome algunas semanas idear sus mensajes principales basados en el público y los objetivos.

Deje pasar aproximadamente un mes para reclutar a las personas que participarán en el grupo focal y recibir comentarios sobre los mensajes. Crear los materiales de la campaña puede tomar de dos semanas a dos meses, dependiendo de las personas con quienes usted esté trabajando para crear los contenidos y de cuántos elementos planea tener. Si está trabajando con un/a diseñador/a profesional, tenga en cuenta que se necesitará más tiempo para lluvia de ideas y revisión. Si trabaja con una persona dentro de su agencia, esta etapa podría

ser más rápida. Al comienzo del proceso, intente obtener archivos de material gráfico de alta definición, como el logotipo de su agencia, a fin de tenerlos disponibles para proyectos futuros.

Cuando los materiales estén listos para mostrárselos al público, deje pasar tres o cuatro semanas hasta tener otro grupo focal. Dependiendo de los comentarios que reciba, quizás sea necesario realizar cambios importantes en los materiales. Destine dos o tres semanas para hacer cambios y completar todo antes de imprimir en grandes cantidades e implementar su estrategia de distribución. Debe tenerse en cuenta la evaluación durante todo el proceso, pero especialmente si planea realizar evaluaciones previas y posteriores. Necesitará alrededor de un mes para gestionar y evaluar los datos previos y posteriores tanto al comienzo como al final de la campaña. Otras medidas de evaluación podrían no tomar tanto tiempo (por ejemplo, revisar los datos sobre visitas al sitio web), pero piense en quién será responsable de recolectar estos datos y cuándo pueden estar disponibles.

Si no le es posible empezar a diseñar la campaña con mucha antelación, considere la posibilidad de distribuir el trabajo a lo largo de varios años, realizando la investigación del contexto y la planificación durante el primer año y la implementación en el segundo. Otra posibilidad es trabajar en la campaña en segmentos más cortos pero distribuidos en un periodo más largo, cuando usted, su personal y las personas voluntarias tengan un descanso de las actividades laborales. Aunque es importante seguir los pasos descritos en este documento para lograr resultados óptimos, existen otras maneras creativas de planificar e implementar una campaña flexible.