**Plan de Medios Digitales**

**Sostén la E**

**Por:** Daniela Ramírez Saldarriaga, Sebastián González Martínez, Aura María Giraldo Delgado, Sara María Bernal Franco, Andrés Rodríguez Patiño, Jorge Esteban Colorado Jaramillo, Maria Camila Calvo Trejos, Juan Pablo Vásquez Cortés, Valentina Trejos Ramírez,Angie Ortiz Alzate, Laura María López Nieto.

1. **Propuesta de campaña para el proyecto de Sostén la E**

**1.1 Objetivo de la campaña**

Visibilizar las campañas en Pereira en pro de la equidad de género que se desarrollan a través del proyecto Sostén la E, para informar a los ciudadanos sobre la Ordenanza Departamental de Risaralda que impulsa la Política Pública de la Mujer 2015-2024.

**1.2 ¿Para qué?**

Para que la gente se apropie del tema de equidad de género. Esto quiere decir que debe de pasar por adquirir el conocimiento de la Política Pública y los impactos de la inequidad en la sociedad, para llegar a generar en el ciudadano una actitud más equitativa frente a futuros problemas que pueda solucionar de mejor manera.

**1.3 ¿Qué va a aportar esta campaña?**

Busca generar nuevo material informativo, educativo y de sensibilización en los marcos de la inequidad actual y la política pública vigente en los años 2015-2024. Para aportar al objetivo general del proyecto Sostén la E.

1. **Estado del Arte**

**2.1 Presencia en Línea**

Al realizar la búsqueda en Google sobre el proyecto de “Sostén la E” arroja como resultado una noticia sobre la creación y ejecución del proyecto, esta, aparece de primera en la búsqueda de Google como: Sostén la E>> Universidad Católica de Pereira con la URL <http://www.ucp.edu.co/sosten-la-e/>. De lo contrario si digitamos en el mismo buscador “Sostenlae” aparece encabezando la página la dirección de la página que existe del proyecto en el portal wix.com l de Sostén la E, con un acceso directo a ella.

Pero si se digita en Google “Sostén la E” los cuatro primeros resultados son muy afines al proyecto, el primero es Sostén la E>> Universidad Católica de Pereira, el segundo: Premios Sostén la E>> Universidad Católica de Pereira, una notica donde se destaca un integrante del equipo del proyecto al realizar un escrito referente a la equidad, el tercero: es un portal gramatical y el cuarto: Es la agenda cultural de pereira, portal donde se invita a toda la ciudadanía a participar en el lanzamiento del proyecto.

En el motor de búsqueda de Google académico al digitar la frase “Sostén la E” se evidencian en los primeros lugares de la lista tres temas diferentes; el primero con relación a la sicología, el segundo en el ámbito de sexualidad y género y el tercero en el campo de la medicina.

El nombre Sostén la E surge en un ejercicio académico por estudiantes de octavo semestre de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Católica de Pereira, al emprender un proyecto que tiene como objetivo generar empatía frente a la ordenanza departamental de la Política Pública de Equidad de Género en Risaralda, la idea intrínseca de sostener la equidad aparece cuando se quiere enmarcar la noción de que la equidad se construye y se desarrolla en comunidad.

El objetivo principal de la imagen y logo de Sostén la E es crear un vínculo de inclusión en los jóvenes pereiranos, con colores llamativos y modernos, con una tipografía legible y unos superhéroes inspirados en la figura femenina y masculina que sostienen la E de equidad y así se denota la dimensión de compromiso que tienen tanto los hombres como las mujeres en la transformación de espacios de inequidad para convertirlos y sostener en el tiempo la equidad en por todo lo alto.

Dentro del contexto internacional se puede decir que este proyecto es pertinente, ya que la Agenda Mundial post-2015 de las Naciones Unidas (ONU) estipula desde los Objetivos de Desarrollo del Milenio crear los ambientes adecuados para trabajar desde todas las áreas del desarrollo (social, económico y ambiental) en la apropiación y aplicación del término equidad.

De esta manera Sostén la E, responde a una serie de necesidades de visibilizar la Ordenanza departamental que se encuentra en los marcos establecidos por la Agenda Mundial post 2015. Y como estrategia en pro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, a nivel regional, es el único proyecto hasta la fecha respaldado por la Política Pública de Equidad de Género para las Mujeres “Risaralda Mujer 2015 - 2024”, sin embargo no es el único proyecto abordado desde la Equidad, también se halló una propuesta que se está trabajando desde el concejo Municipal de Pereira en cabeza de la Concejala Carolina Giraldo, pero como se dijo anteriormente es algo en lo que apenas se empieza a trabajar.

Por lo indagado se infiere que no hay publicación de artículos relacionados o enfatizados en la equidad a nivel Departamental, a excepción de la Política Pública Departamental de Equidad de Género Para las Mujeres “Risaralda Mujer 2014- 2015” publicada el 12 de mayo de 2015.

Para la realización de este proyecto se estudió previamente la agenda internacional, nacional y departamental, y de estas indagaciones se adaptaron conceptos que dan origen a la problemática de equidad; estos son: género, transversalidad, enfoque, corresponsabilidad, justicia, sororidad – fraternidad, inclusión, interculturalidad, diversidad y acciones afirmativas.

**2.1 Propuestas Similares**

En total fueron inventariadas y analizadas 24 campañas destinadas a la prevención

de violencia de género contra la mujer. Nueve de ellas fueron halladas de forma física y proporcionadas por la Gobernación de Risaralda y la Alcaldía de Pereira, el resto de campañas (15) se obtuvieron después de un rastreo por las páginas web de las entidades más representativas en la prevención de la violencia de género.

* En el año 2012 la Red de Mujeres de Risaralda llevó a cabo una campaña que pretendía resaltar el 25 de noviembre como una fecha especial para las mujeres (día internacional contra la violencia hacia las mujeres). Los lentes son muestra de la nueva mirada que se debe tomar hacia la violencia.
* Nuevamente se promueve la fecha 25 de noviembre (día internacional contra la violencia hacia la mujer). Este cartel muestra el rostro de una mujer golpeada. Con esto se pretende mostrar que ningún tipo de violencia es justificable. Invitación a una jornada en el mes de noviembre del año 2012. Campaña llevada a cabo por la Alcaldía de Pereira.
* Dos de la réplicas de campañas llevadas a cabo a nivel nacional (por el Ministerio del

interior) y luego reproducidas en cada una de las ciudades, son las siguientes, realizadas

en el año 2010 bajo el eslogan: “Detener la violencia machista, nuestro desafío”.

* La primera campaña muestra a una mujer sosteniendo unos globos con mensajes

a detener la violencia contra las mujeres, por medio de una comunicación

adecuada y no sexista.

* La segunda campaña pretende mostrar la Ley 1257, bajo la cual las mujeres pueden

denunciar los casos de violencia. Lo que se busca es promover la denuncia en el ámbito público y privado

* La Alcaldía de Pereira en el año 2011 emprende la campaña que busca detener la violencia contra las mujeres por medio del eslogan “nada justifica la violencia contra la mujer”, dicha campaña pretende prevenir. Ver los colores de la bandera de Colombia, simboliza que es un compromiso de todos los ciudadanos.
* En el año 2011 la Red de Mujeres de Risaralda por medio de su página web ejecuta cuatro campañas encaminadas a la prevención. Mostrando los tipos de violencia que se pueden dar:
* La primera es una maleta con textos encaminados a prevenir la violencia

sexual, mostrando letreros que manifiestan las formas de violencia.

* La segunda es la imagen de un cerebro con carteles alusivos a la violencia sicológica.
* Un tercer cartel muestra las formas de violencia física que se pueden dar.
* Finalmente un cuarto cartel muestra cómo la violencia económica es

ejercida por medio del control sobre la mujer.

* La Alcaldía de Pereira en el 2012 lanza la campaña que lleva por eslogan: “La publicidad es cómplice de estas etiquetas ¿y tú?”. La campaña muestra el cuerpo de una mujer con mensajes puestos en él, representando la violencia simbólica. Muestra cómo la publicidad es partícipe de este tipo de violencias. Campaña de prevención.
* Un cuadro enmarcando un ojo con una flor amarilla en la pupila, pretende

generar conciencia sobre la importancia del cuidado y el respeto por las madres. Esta campaña que fue realizada por la Alcaldía de Pereira en el año 2012 busca la prevención de violencia en las mujeres que son madres.

* Bajo el eslogan “La violencia contra las mujeres es un delito” esta campaña que muestra el rostro de una mujer, busca denunciar la violencia física contra las mujeres. Campaña de la Red de Mujeres de Risaralda. Llevada a cabo en el año 2012.
* Campaña realizada en el año 2012, en la cual se buscaba denunciar la violencia contra las mujeres. En medio de rostros de hombre y mujeres, se pretende promover la denuncia de los casos. Llevada a cabo por la Red de Mujeres de Risaralda.
* De la misma manera en el año 2012 Equidad de Género de Pereira, programa adscrito a la Alcaldía del mismo municipio, pretende llamar la atención sobre la importancia de no ser indiferentes. Bajo el eslogan “Colombia: invisible ante la injusticia” y mostrando dos rostros cubiertos, busca que la violencia sea visibilizada y se haga justicia en los casos sucedidos
* En el municipio de La Virginia (Risaralda) la Gobernación desarrolla en

el año 2012 la campaña “La comunidad de La Virginia actuando en prevención” con la cual se busca promover la prevención en la población de dicho municipio.

* Campañas llevado a cabo en el año 2013 por la Red de Mujeres de Risaralda. Por medio de ella se pretende hacer prevención. Donde un grupo de mujeres de todas las edades y razas invitan a la unión para evitar los abusos.
* La campaña con el eslogan “Más resultados para las mujeres” pretende prevenir la búsqueda de la igualdad y la concienciación de los hombres sobre la importancia de ayudar con las tareas del hogar. Realizada por la Gobernación de Risaralda. Campaña llevada a cabo en el año 2014.
* Con el eslogan “Cambiando la manera de ver y hacer las cosas” este afiche, de una campaña llevada a cabo en el año 2010 por Profamilia, busca reconocer los derechos y las capacidades de las mujeres, representando el rostro de una mujer que se muestra pensativa y decidida.
* Esta campaña, llevada a cabo junto a otras en el año 2014 por parte de la Gobernación de Risaralda, buscaba que la mujer sea reconocida por medio de la igualdad en los derechos, mostrando que la competencia no es la mejor opción.
* De igual manera en el año 2014 se busca el reconocimiento de las mujeres, resaltando la importancia de la mujer en la sociedad, mostrando mujeres de todas las edades y razas. Llevada a cabo por la Gobernación de Risaralda.
* Campaña realizada en el año 2012, donde la organización Equidad de género de Risaralda pretende hacer promoción de la igualdad de género, por medio del hecho de combatir la violencia de género.
* Esta campaña de promoción busca impulsar la denuncia de las mujeres. Mostrando un rostro golpeado, se pretende crear conciencia sobre la importancia de denunciar los casos, dejando de lado el silencio. Para ello se proporciona una línea de ayuda. Campaña realizada en el año 2014 por parte de la Gobernación de Risaralda.
* La campaña “soy mujer, soy pereirana” invita a una movilización que se denominó “Marcha de los espejos por la dignidad de las mujeres”. Un cartel de color rosa con grandes letras que invita a las mujeres del municipio de Pereira a una movilización. En el año 2013 llevada a cabo por la Alcaldía de Pereira.
* Finalmente esta campaña va encaminada a los hombres. Con ella se pretende que los

hombres salgan de los estereotipos propuestos por la sociedad, con el fin de ir en contra

de las acciones y manifestaciones machistas. Campaña llevada a cabo a nivel nacional por

parte del Ministerio del Interior, posteriormente replicada en los departamentos en el año

2010.

1. **Branding**

**3.1 Claridad de la marca**

* **Logo**
* **Nombre**

Sostén la E es un excelente proyecto en el cual buscamos encontrar la igualdad y equidad de género así que es algo que realmente vale la pena conocerlo, y darse cuenta de la realidad de lo que viven las mujeres u hombres a nuestro alrededor día a día es una excelente forma para dar una equidad a todas las personas, tanto como a la igualdad de derechos, al reconocimiento de su dignidad como seres humanos y a la valoración equitativa de sus aportes a la sociedad.

Los medios de comunicación contribuyen al mantenimiento y distribución de los estereotipos, sostén la E, también busca hacer que la población entre 18 y 26 años dejen de seguir tan arduamente a los medios de comunicación.

Actualmente los jóvenes de estas edades son los mayores afectados por los estereotipos, ya que ellos suelen ser esclavos de la moda y seguir todo lo que se les imponen a través de los medios.

Sostén la E busca lograr todo esto mediante propagandas y textos que le demuestren a los jóvenes de estas edades la realidad de los estereotipos y todo el daño que hacen en la sociedad.

**3.2 Claridad en el eslogan de marca**

Se conoce con el nombre de estereotipo a la percepción exagerada y con pocos detalles, simplificada, que se tiene sobre una persona o grupo de personas que comparten ciertas características, cualidades y habilidades, que busca «justificar o racionalizar una cierta conducta en relación a determinada categoría social . Regularmente los estereotipos son basados en prejuicios que la sociedad establece conforme su ideología de «modelo a seguir» de conducta o características físicas, estos van cambiando conforme el paso del tiempo.

**3.3 Claridad en el producto o servicio**

Sostén la E está en contra de la discriminación y los roles de género que ha impuesto la sociedad, mediante este proyecto buscamos que la comunidad universitaria y la población pereirana rompa estos estigmas y no se deje llevar por lo que los medios dictan, al contrario que tengan pensamiento propio y ese guíen mediantes estos, con la ayuda de sostén la E.

Alentar a la sociedad de dejar de ser esclavos de los estereotipos sociales impuestos es un meta para nosotros, que no será fácil de cumplir sin embargo podemos llegar a generar conciencia a la población.

**3.4 Objetivos de la marca**

Sostén la E está en contra de la discriminación y los roles de género que ha impuesto la sociedad. Mediante este proyecto buscamos que la comunidad universitaria y la población pereirana rompa estos estigmas y no se deje llevar por lo que los medios dictan, al contrario se espera que tengan pensamiento propio y se guíen mediante estos, con la ayuda de Sostén la E.

Alentar a la sociedad a dejar de ser esclavos de los estereotipos sociales impuestos, es una meta para nosotros, que no será fácil de cumplir, sin embargo, podemos llegar a generar conciencia a la población.

Los medios de comunicación contribuyen al mantenimiento y distribución de los estereotipos, Sostén la E, también busca hacer que la población entre 18 y 26 años generen unos marcos conceptuales sólidos frente al concepto de equidad de género y se empoderen para dar solución a la inequidad.

Sostén la E busca lograr todo esto mediante productos mediáticos que demuestren a los jóvenes de estas edades la realidad de la inequidad de género en todos los ámbitos de la sociedad que en ocasiones están marcadas por estereotipos cargado de todo el daño que hacen a la sociedad.

1. **Manual de Estilo**

**4.1 Introducción**

El presente Manual de Estilo en las redes sociales del proyecto Sostén la E, está compuesto por una introducción, donde se da una visión general del universo de las redes sociales en la actualidad y se contextualiza la presencia de Sostén la E en ellas. Se detallan las normas y usos lingüísticos por los que habremos de regirnos. Dedicaremos un capítulo a cada red social donde Sostén la E ha decidido tener presencia. Cada uno de los capítulos tendrá una introducción a la red social correspondiente, los aspectos más relevantes relativos a la configuración y el contenido y una escueta guía con las pautas básicas para desenvolvernos en ella.

**4.2 ¿Qué son las Redes Sociales?**

Las redes sociales son actividades, prácticas y comportamientos que tienen lugar entre comunidades de personas usuarias que se juntan a través de Internet y comparten información, conocimiento y opiniones; utilizando para ello medios conversacionales. Estos medios son aplicaciones web que hacen posible crear y transmitir fácilmente contenidos de diversa índole (texto, fotografías, vídeos o audios).

Teniendo en cuenta que “Las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad” (Orihuela, 2008, p.59), Sostén la E se hará presente en las redes para lograr que más ciudadanos colombianos se enteren, se apropien y se eduquen sobre la Política Pública del Departamento.

**4.3 Sostén la E en las Redes Sociales**

El Manual de Estilo en las Redes Sociales de Sostén la E establece unos patrones comunes para la presencia del proyecto en las Redes Sociales. Asimismo, enumera las diferentes herramientas de redes sociales, los diversos usos y los objetivos de la presencia en cada una, las recomendaciones para una presencia adecuada y fructífera, así como los criterios de estilo comunicativo más adecuados para cada herramienta.

**4.4 Principios que inspiran la presencia de Sostén la E en Redes Sociales**

* Responsabilidad con el contenido, porque tenemos que ser cuidadosos con la información que se divulga y la susceptibilidad de los lectores. Los mensajes deben ser claros para el entendimiento de todo el público.
* Educación para todos, con esto queremos informar de una manera la cual nuestros receptores disfruten y aprendan al mismo tiempo. La manera más sencilla de llegar a alguien es mediante la enseñanza.

**4.5 Claridad en la forma discursiva**

El idioma a usar es Español, y el léxico utilizado será breve, de manera que más personas puedan entender. Trataremos de ‘usted’ para mantener una relación más profesional y educada, la información será fácil de comprender y nos encargaremos de que en realidad sea así.

**4.6 Redes sociales**

Sostén la E se ubica en Redes Sociales como Facebook, Twitter e Instagram para una relación más directa con el público al cual queremos llegar. Es necesario la interacción con sus ideales o percepciones de aquello que realizamos para comprobar si el objetivo que tenemos se esté dando de una manera correcta.

Por último, queremos que con la presencia de Sostén la E en estas plataformas, el mensaje pueda llegar a muchas personas, no solo aquellos que viven en nuestro alrededor, sino a esas personas que están interesadas en la equidad de género.

**4.7 Facebook**

Facebook es una Red Social donde encontramos perfiles cargados de información e imágenes, aquí las paginas publicitarias llaman mucho la atención y el público se hace más presente aquí. El chat es utilizado para sostener conversaciones y enviar documentos. Utilizaremos Facebook para responder la bandeja de mensajes y así resolver dudas acerca de nuestro proyecto. Esto serviría como puente de comunicación entre los lectores y Sostén la E. Además compartiremos imágenes con respecto a nuestro proyecto que ayude a la correcta percepción de los demás, escribiremos artículos informando el proceso de realización que se está llevando a cabo. Las publicaciones de imagenes y textos se harán tres veces por semana en el mismo horario.

**4.8 Twitter**

Esta Red Social se utiliza para compartir pensamientos e ideas que se tienen en el momento, aquí se puede conocer lo que en serio piensan los lectores y sus sugerencias más directas. Twitter servirá para una conexión más personal con el lector, ya que en 140 caracteres compartiremos ideas cortas y concretas que pueden ayudar al entendimiento de nuestros pensamientos. Las ideas, páginas y noticias relacionadas se compartirán diariamente, con el fin de que el usuario siempre nos tenga presentes, dichas publicaciones se harán de cuatro a s nueve de la noche de lunes a viernes y los fines de semana de diez de la mañana a una de la tarde. La cantidad mínima de tweets por día será de seis.

**4.9 Instagram**

Instagram es una Red Social totalmente ligada al uso del celular. Para el 2016, el 90% de los usuarios de dicha aplicación eran menores de 35 años, es decir que en Instagram se encuentra en gran medida nuestro público objetivo. Por eso, al ser esta una red basada en compartir imágenes, Sostén la E la utilizará como medio de comunicación e impacto, para educar a través de imágenes, contar las leyes, la Política Pública que existe y datos estadísticos. Igualmente, se hará una descripción más amplia de lo que se pretende contar con la imagen y/o fotografía y al final se hará uso de los hashtag (#), los cuales permiten clasificar por grupos de palabras claves, usaremos #YoSostengoLaE #AyudoALaEquidad #ApoyoElEmpoderamiento #YoAyudoAlCambio #SoyConsciente #Mujer #Hombre #SomosIguales. Así se logrará un mayor impacto en la Red y se podrá llegar a nuevos públicos pereiranos a través del uso de esta. Igualmente, se contará con los Direct, con ellos mantendremos una comunicación más concisa con los seguidores, de acuerdo a sus dudas se le brindaran respuestas y compartirán cuentas en las que se puedan informar más. En cuanto a los following, se seguirán solamente a páginas o personas acordes a nuestros intereses, como líderes de campañas y programas afines a Sostén la E. Al igual de facebook y twitter, instagram es una plataforma de visualización, si no publicamos, los seguidores nos olvidan. Por eso, en esta red haremos presencia 3 veces por semana, con fotografías que generen impacto y educación. Los horarios varían según el día y como se vaya comportando las dinámicas de nuestros seguidores.

**5. Presupuesto**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Descripción** | **Valor unidad** | **Cantidad** | **Costo total 1** |
| Dominio Wix “transformandoescen” | 100.000 | 1 | 100.000 |
| Rediseño de logo | 650.000 | 1 | 650.000 |
| Rediseño de slogan | 710.000 | 1 | 710.000 |
| Manual de imagen básico | 900.000 | 1 | 900.000 |
| Diseño de virales (Imagenes) | 850.000 | 7 | 5.950.000 |
| Social media estrategy (mes) | 2'865.000 | 1 | 2.865.000 |
| Gestion en comunidad virtual (mes - c/red) | 1'150.000 | 3 | 3.500.000 |
| Diseño de imágenes facebook | 130.000 | 14 | 1.820.000 |
| Diseño de imagenes instagram | 120.000 | 21 | 2.520.000 |
| **T O T A L** |  |  | **19.015.000** |

**6. Resultados**

Se pretende aportar en la difusión de la Política Pública de la Mujer 2015-2024, a través de productos mediáticos informativos.