

2017-12

Estrategia de comunicación para el Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo, A. C.

Delgado-Landeros, Adriana; Lara, Génesis; Noguez-Pérez, Isabelana; Larios-Aceves, Graciela S.; Ramírez-Hinojosa, Ana T.; Casillas-Cortés, Glenda Y.; Solórzano-Parra, Ivette S.

Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/5155>

Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia:
<http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-2.5-MX.pdf>

(El documento empieza en la siguiente página)

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Dependencia de adscripción al PAP

Centro Interdisciplinario para la Formación y Vinculación Social

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

PROGRAMA DE DESARROLLO LOCAL Y FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO SOCIAL I



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA ORGANIZACIONES SOCIALES

**Estrategia de comunicación para el CENTRO DE JUSTICIA PARA LA PAZ Y EL
DESARROLLO, A.C.**

PRESENTAN

Lic. en Diseño/ Adriana Delgado Landeros

Lic. en Periodismo y Comunicación Pública/ Graciela Saraí Larios Aceves

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica/ Ana Teresa Ramírez Hinojosa

Lic. en Diseño/ Glenda Yesenia Casillas Cortes

Lic. en Periodismo y Comunicación Pública/ Ivette Soledad Solórzano Parra

Lic. en Periodismo y Comunicación Pública/ Isabelana Noguez Pérez

Lic. en Periodismo/ Génesis Lara

Profesor PAP: Catalina González Cosío Díez de Sollano

Tlaquepaque, Jalisco, Noviembre de 2017

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	3
Resumen	4
1. Introducción. 1.1. Objetivos 1.2. Justificación 1.3. Antecedentes 1.4. Contexto 1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	5
2. Desarrollo: 2.1. Sustento teórico y metodológico. 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	10
3. Resultados del trabajo profesional.	18
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	19
5. Conclusiones.	29
6. Bibliografía.	30
7. Anexos	32

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

El presente Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) consta de la creación de una estrategia de comunicación para el Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo A.C (CEPAD), con el objetivo general de sensibilizar a jóvenes de 25 a 35 años en materia de derechos humanos, específicamente en el tema de detención arbitraria. Para ello, se desarrolló un concepto de campaña y se elaboraron ciertos productos comunicativos, como contenido para compartir en redes sociales, así como una ruta crítica para la planeación de un evento con la intención de procurar fondos. Para el desarrollo de dicho proyecto, primeramente, se realizó un breve diagnóstico acerca de dónde se encontraba la organización civil en cuestión de comunicación; posteriormente, se establecieron las distintas actividades a realizar y se determinaron fechas para concretarlas. En todo momento se tuvo un contacto cercano con los integrantes de CEPAD para lograr transmitir el mensaje intencionado. Finalmente, se obtuvieron piezas de comunicación como imágenes, infografías y GIFS con información finamente seleccionada que nos permitió contar con las herramientas idóneas para alcanzar el objetivo.

Abstract

The present Project of Professional Application (PAP) consists of the development of a communication strategy for the Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo A.C (CEPAD) with the general objective of sensitizing young people from 25 to 35 years in the field of human rights, specifically on the issues of arbitrary detention. To accomplish this, a campaign concept as well as certain communicative products were developed as content to be shared on social media; also, a critical route was elaborated as part of the planning of an event for procuring funds. First, a brief diagnosis was made to determine where the organization stood in matter of communication; second, the activities to carry out were established and the dates to realize them were defined. During all the process long, it was kept a close contact with CEPAD members', in order to transmit clearly the intended message. Finally, communication pieces such as images, infographics and GIFS, with finely selected

information, were obtained. This allowed us to have the ideal tools to achieve the objectives established.

1. Introducción

¿Sería posible un México distinto, es decir, menos violento? Cuando hablamos de la situación que vive nuestro país la palabra principal que se nos viene a la mente es peligroso, ya que no sólo estamos hablando de tener cuidado con el crimen organizado, sino también con las propias autoridades, porque las violaciones de los derechos humanos están a la orden del día.

A nosotras como estudiantes, el miedo que sentimos hacia nuestras autoridades es una realidad. Pensamos que es una realidad porque durante nuestra vida universitaria ocurrió un hecho histórico que se agregó a la lista de los actos violentos en el que el Estado tiene implicaciones; pero el rompecabezas de ese caso nunca se completó. Nos referimos al caso de los 43 estudiantes normalistas de Ayotzinapa que fueron desaparecidos el 26 de septiembre y la madrugada del 27 de septiembre.

Al ocurrir este tipo de eventos, una posición que se podría tomar es la indiferencia, porque luchar, exigir y participar en pro de los derechos humanos es un camino largo y en muchas ocasiones, tortuoso. Es por ello, que nuestra postura como profesionistas es aportar, desde nuestros conocimientos y habilidades, al cambio de nuestro contexto para ir construyendo una sociedad más justa e incluyente. Lo anterior, siempre apegado en lo posible a los bienes internos de cada una de nuestras profesiones y la reflexión ética en nuestro quehacer. Según Emilio Martínez “Cada una (de las profesiones) sirve de manera específica a la humanidad y en ese quehacer se va revistiendo de una serie de normas, valores y principios que ayudan a que ese servicio se pueda cumplir realmente” (Magis, 2011).

Con la idea de poner en práctica los aprendizajes y competencias adquiridas en la carrera con un sentido social, se cursó el PAP de Comunicación Política para

Organizaciones y se trabajó junto con el Centro de Justicia y Paz para el Desarrollo (CEPAD). Esto con el propósito de visibilizar sus actividades y crear lazos con su público meta porque según José María Herranz (2007) comunicar significa concienciar, sensibilizar, difundir, denunciar, educar, luchar, cambiar, promover o presionar.

En específico, este texto da cuenta del proceso de trabajo colaborativo con el CEPAD, el cual involucra desde la detección de necesidades de comunicación, que se dialogaron en una serie de encuentros con integrantes de la organización, para la elaboración de una estrategia de comunicación acorde a lo que la misma organización planteó, nuestros conocimientos y nuestro alcance. Además, se contemplan las fases de la estrategia, que se dividió en dos momentos, una fase digital y la planeación de la proyección de un documental. Finalmente se presentan los resultados obtenidos después de ejecutar ambas fases.

Los invitamos a leer el camino que recorrimos como estudiantes pero en un escenario fuera del aula, para hacer comunicación con sentido social.

1.1. Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar una estrategia de comunicación para sensibilizar a jóvenes de 25 a 35 años en materia de derechos humanos, especialmente en el tema de la detención arbitraria.

Objetivos específicos

- Diseñar una campaña para sensibilizar a jóvenes de 25 a 35 años sobre el trabajo de CEPAD sobre la detención arbitraria.
- Diseñar una ruta crítica para la proyección de un documental con el fin de invitar a jóvenes de 25 a 35 años a que colaboren con la recaudación de fondos para la organización.

1.2. Justificación

CEPAD cuenta con distintos canales de comunicación, pues es de vital importancia dar a conocer la labor que realiza en torno al tema de los Derechos Humanos, siendo la única organización en Jalisco dedicada a tratar esta temática. De acuerdo al número de quejas conocidas por los Organismos Públicos Defensores de Derechos Humanos (OPDH), en el año 2015 Jalisco fue el primer lugar en presuntas violaciones de derechos humanos. Se registraron 479 denuncias por cada 100 mil habitantes (Milenio, 2016). Por esta razón, consideramos esencial comunicar de manera eficiente el trabajo de CEPAD, ya que la organización incide en asuntos de vital importancia para la sociedad y que requieren de la mayor atención y apoyo posible.

Actualmente, cuentan con Facebook y Twitter, pero no se encontraba en desarrollo alguna campaña para llegar de forma más concreta a un público determinado. Por lo tanto, fue el desarrollo de una estrategia de comunicación creativa que permitiera generar una serie de productos comunicativos para dar un mensaje clave de forma clara y precisa.

1.3 Antecedentes del proyecto

CEPAD es un organismo de la sociedad civil, autónomo e independiente que a través de un proceso de exigibilidad y justiciabilidad, apoya la defensa de casos de violaciones de los derechos humanos individuales y colectivos, con vinculaciones e interacción con organizaciones sociales e instituciones públicas y civiles.

Su misión es contribuir a un cambio estructural que mejore la calidad de vida de las personas y devenga en una sociedad que experimente los valores de la paz, el diálogo, la justicia y el desarrollo.

Respecto a sus productos comunicativos, CEPAD cuenta con una página en Facebook y en Twitter, en donde dan a conocer noticias relacionadas a los Derechos Humanos en Jalisco, invitan a foros y eventos que realiza la misma asociación y comparten información de interés; sin embargo, no se ha desarrollado

alguna campaña de comunicación como tal, para brindar solidez y uniformidad a los contenidos que se publican y comparten en sus redes sociales.

1.4 Contexto

México durante años ha sido de los países como foco rojo en términos de violación de derechos humanos. Según el portal de Aristegui Noticias (2016) en agosto de 2014, el gobierno reconoció públicamente desconocer el paradero de más de 22,000 personas, mismo que se desconocía desde 2006. La cantidad de desaparecidos aumentó a más de 25,500, según el Registro Nacional de Datos de Personas Extraviadas o Desaparecidas, que se creó por ley en 2012 (Aristegui Noticias, 2016).

Desde el 2006 a la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) le han llovido las denuncias; aproximadamente 9,000 de abusos cometidos por miembros del Ejército y emitió informes sobre más de 100 casos en los cuales determinó que personal de esta fuerza participó en graves violaciones de derechos humanos (Aristegui Noticias, 2016).

Según la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), México es el país con el mayor número de peticiones emitidas, por encima de Colombia y Perú (CIDH, 2016).

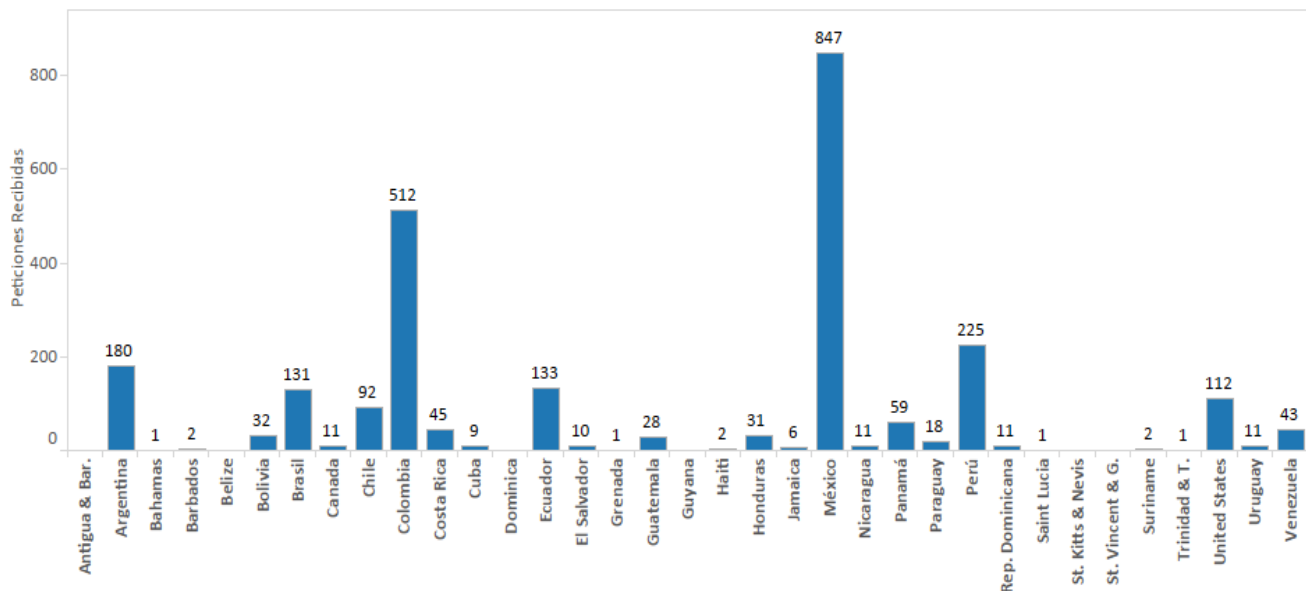


Gráfico 1: Peticiones Recibidas por la CIDH (CIDH, 2017)

Según el *Informe sobre la situación de los derechos humanos Jalisco 2016* de CEPAD, en Jalisco la violación sistemática de los derechos humanos está presente desde distintos aspectos, por ejemplo, entre 1997 a 2015 hubo un total de 1,344 mujeres privadas de la vida. Otro tipo de violación de derechos humanos, que involucra sobre todo a mujeres, es el de la desaparición, ya que nuestro estado es el segundo a nivel nacional con mayor número de personas desaparecidas. Sólo en la Zona Metropolitana de Guadalajara, entre 2014 y octubre de 2016, se presentaron 2,165 denuncias por desaparición de mujeres (CEPAD, 2016).

Respecto a la tortura en Jalisco, existen 1,334 quejas que ha recibido la Comisión Estatal de los Derechos Humanos de Jalisco (CEDHJ) en los últimos 16 años.

A pesar del panorama desalentador, CEPAD nació en 2006 con un recorrido a distintas organizaciones que también defendían los derechos humanos, dichas visitas se realizaron para conocer su trabajo, como abordaban esta difícil labor de lucha pero, como dijo Juan Larrosa (2016, pp.5), encontraron que la defensa de los derechos humanos estaba viva.

CEPAD surgió gracias a activistas y académicos del Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC), del Centro de Atención y Reflexión Laboral

(CEREAL), así como de nuestra casa de estudios, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Larrosa, 2016, pp.6). “...decenas de personas llegaron a tocar las puertas del Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo y sería muy complicado y extenso hacer una enumeración de todos los casos que se atendieron...”, (2016, Larrosa, pp. 7).

Algunos de las temáticas que han abordado son la discriminación (de personas con VIH, matrimonios igualitarios, cuestiones de género, clase, etc.); en la defensa de áreas naturales; acompañamiento a pueblos originarios; colaboración con organizaciones civiles para defender el acceso a la información; así como la atención a víctimas, personales y comunitarias de la guerra con el narcotráfico, entre otras (Larrosa, 2016, pp. 7).

1.5. Palabras clave que describen al documento

Organizaciones civiles, comunicación, Derechos Humanos, detención arbitraria, discriminación.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Con la llegada del Internet, el mundo se ha ido digitalizado y globalizado. Castells (2009) explica que esto ha generado que varios ciudadanos saquen provecho de estas herramientas para dar impulso a sus propios proyectos sociales.

Juan Manuel Ramírez (2011) aborda el concepto de ciudadanía como el vínculo entre el individuo y la comunidad política. Si las agrupaciones civiles son el resultado de la acción colectiva, es posible apelar al ciudadano con un sentido de pertenencia e identidad afín de lograr que se involucren en procesos colectivos para incidir de manera directa.

Por su parte, Ramírez (2011) retoma a Margaret Somers, socióloga estadounidense, que explica a la ciudadanía como un proceso instituyente de derechos, un derecho que se ha adquirido a través de la historia y sin el cual las asociaciones civiles no

tendrían cabida. Este proceso del cual hablamos, ya sea de manera colectiva o grupal puede tomar tres vertientes (Somers, 1993) como primera modalidad se encuentra la defensa y respeto de derechos ya existentes; segunda modalidad, ampliación de “viejos derechos”; y de tercero, el reconocimiento de otros nuevos.

En la actualidad, existe un incremento en el número de organizaciones sociales y personas que se suman para apoyar causas sociales específicas. La convergencia de los medios de comunicación ha hecho esto posible. Olvera (1998) dice:

Los organismos civiles son un resultado de la acción colectiva de actores urbanos-culturales que comparten un conjunto de normas, principios, valores y capacidades técnico-organizativas que tienen como objetivo incidir en la transformación de un orden social, político y económico que se juzga injusto (Olvera, 1998, pp.15).

Estas agrupaciones son impulsadas a través de distintos espacios de comunicación digital. Las redes sociales ofrecen la posibilidad de crear comunidades en línea (Castells, 2009), las cuales tienen un gran poder de convocatoria con el que se pueden unir esfuerzos que permitan llegar más lejos con personas que crean en una misma causa.

Alberto Olvera (1998) reflexiona sobre el pluralismo, y de cómo la noción de asociación nos remite a un grupo de individuos que voluntariamente conjuntan sus acciones con un propósito común en un marco de tolerancia y respeto. También escribe sobre la importancia de las asociaciones de ciudadanos unidos por una causa en común, para la cohesión y funcionamiento de la sociedad. Afirma que estas asociaciones institucionalizadas, no lucrativas y autogobernables, son el puente entre sociedad y Estado, ya que son el medio en el que la sociedad se comunica con el gobierno.

Su labor consiste en fortalecer a la sociedad civil mediante acciones colectivas y movimientos sociales. Olvera (1998) dice que “la unidad de los movimientos propios de la sociedad civil en su forma de organización, debe ser interactiva, es decir, fundada en la comunicación”.

Si bien las asociaciones juegan un papel importante para el proceso democrático, de acuerdo Alexander Straßner, el cumplimiento de sus funciones es a veces

contrarrestado por el escepticismo social, ya que deben lidiar con problemas de organización y problemas financieros.

Fuera de las asociaciones económicas, las asociaciones no suelen disponer de los recursos financieros que les permiten ejercer permanentemente influencia sobre decisiones políticas a su favor. Por lo tanto, la imagen de las funciones de las asociaciones en las sociedades modernas debe ser en gran medida positiva y esta imagen también debería marcar la percepción pública (Staßner, 2012, pp. 19)

Es aquí donde la labor de este Proyecto de Aplicación Profesional entra en juego. Una institución que no comunica, no existe. Es necesario crear de manera constante estrategias de comunicación que tengan como prioridad el público al que se quiere llegar y el mensaje que se pretende transmitir; así informar a la sociedad del papel que juega la organización civil, de sus objetivos y de su postura para acercarse a la población y que ésta se pueda sumar a los objetivos.

Según José Herranz (2007) la comunicación es una forma de entender a las organizaciones, tanto interna como externamente, con el fin de generar una imagen pública.

Comunicar significa: concienciar, sensibilizar, difundir, denunciar, educar, luchar, cambiar, promover o presionar, y es a través del proceso de comunicación como las organizaciones no lucrativas se convierten en verdaderos interlocutores sociales, (Herranz, 2007).

Para Herranz (2007), la comunicación no sólo vende productos y servicios, en el caso de las organizaciones, éstas deben legitimar su labor a sus públicos meta mediante prácticas de transparencia; la comunicación es una herramienta para cumplir con esa responsabilidad.

Para ello, en este PAP, se decidió planear cuatro estrategias de comunicación que comprenden de distintos elementos y acciones para activar y visibilizar a las cuatro asociaciones civiles con las que se está colaborando: VIHAs de Vida, CEPAD, EDUCA A.C. y el Programa de Asuntos Migratorios del ITESO.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

A continuación se definen nuestros procesos de trabajo para esta estrategia de comunicación.

2.2.1 Enunciado del proyecto

El objetivo concreto de dicha estrategia fue sensibilizar a jóvenes a través de productos comunicativos, en relación a la temática de detención arbitraria. Para ello, se desarrolló un concepto de campaña que pudiera generar un impacto en el público al que se dirigió.

Posteriormente, se llevó a cabo la creación de una imagen de campaña concisa, atractiva y que cumpliera con los requerimientos institucionales. A partir de ello, se elaboraron imágenes, GIFS y un infográfico para Facebook y Twitter.

Además, como parte de la estrategia, se elaboró una ruta crítica para la planeación de la proyección de un documental con relación a la campaña digital, que tuvo como objetivo contribuir a la sensibilización del público, para que a partir de ahí se dé paso a un discurso clave para invitar a los asistentes a donar.

2.2.2 Metodología

Para desarrollar la estrategia de comunicación, se siguió un procedimiento de trabajo. Primeramente se tuvo un acercamiento directo con CEPAD, es decir, una junta con algunos de sus integrantes, esto como parte del diagnóstico para conocer cómo se encontraba la organización en términos de comunicación.

Al inicio, nos hablaron acerca de la organización y del papel que juega dentro de la sociedad e hicieron énfasis en que es una de las pocas organizaciones que trabajan en el tema de derechos humanos. Además, nos contaron sus inquietudes y necesidades respecto a su comunicación por lo que nos plantearon lo siguiente por abordar como prioritario:

- Financiamiento, es decir, una campaña de procuración de fondos.
- Estrategia para generar sensibilización en los temas de derechos humanos.

El equipo PAP con base en los puntos planteados durante el primer encuentro con CEPAD, se hizo una lluvia de ideas y se diseñaron dos fases en la estrategia de comunicación que enseguida se describen:

Nombre del entregable	Descripción del entregable
Documento	Consta de un archivo por escrito con la introducción, justificación, objetivos, descripción de la estrategia.
Estrategia de comunicación para la sensibilización y recaudación de fondos. Dicha estrategia constará de dos fases:	
Fase 1: Campaña de sensibilización:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de imagen gráfica para la campaña que consta de: <ul style="list-style-type: none"> • Imagen de portada para Facebook y Twitter. • 2 GIFS informativos con datos de tortura y discriminación. • 7 Imágenes para Facebook y Twitter • Dos imágenes circulable por Whatsapp con el concepto de la campaña.
Fase 2: Diseño de estrategia para la recaudación de fondos: proyección de documental o ciclo de documentales.	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación o ruta a seguir para la proyección de la pieza o piezas audiovisuales. <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de invitación digital de la proyección. • Invitación para Facebook • Diseño de volante.

Se tomaron en cuenta las redes sociales señaladas en la tabla ya que según el informe de The Competitive Intelligence Unit, para junio del 2016, existían en México 64.5 millones de internautas que utilizan alguna red social (El Financiero, 2016). Por lo que la adopción de las redes sociales en orden de importancia quedó de la siguiente forma:

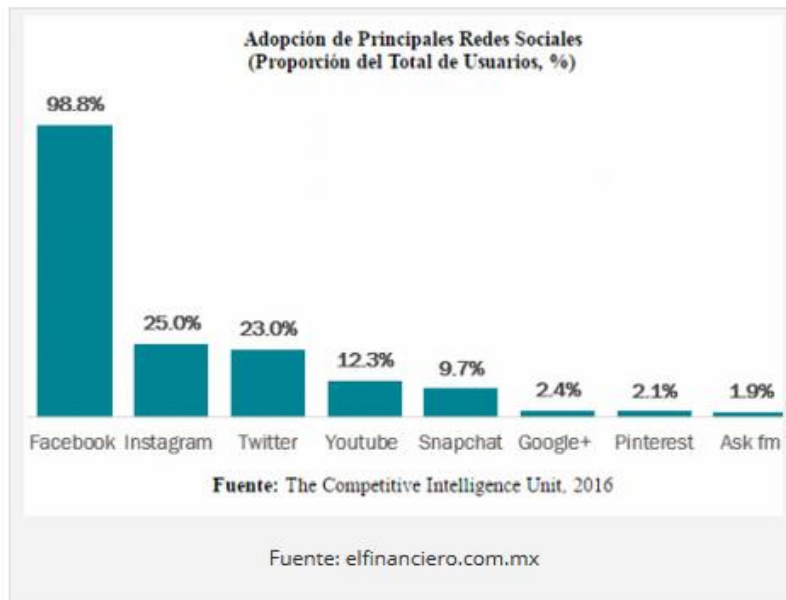


Gráfico 2: Adopción de principales redes sociales (El Financiero, 2017)

En una segunda cita, se mostró la estrategia y sus las fases a la organización para corroborar si la misma iba de acuerdo con sus necesidades y expectativas; a lo que CEPAD accedió y dio visto bueno para proceder a ejecutarla.

Posteriormente, se comenzó con el diseño de la propuesta gráfica e informativa, que con la retroalimentación de la organización y nuestra asesora concluyó con la siguiente estructura:

FASE 1

-Objetivo campaña: Generar sentido de identificación del público meta con el concepto de “detención arbitraria” y profundizar cómo esta práctica da lugar a más violaciones de derechos humanos.

-Concepto:

En México, la discriminación es un factor primordial en las detenciones arbitrarias.

Hashtags:

#DetenciónArbitraria

#ConoceTusDerechos

-Meta: Diseño de productos comunicativos, atractivos y enfocados en nuestro público meta, que difundan acerca de la detención arbitraria.

-Colores: Verde y blanco.

-Target: Jóvenes de 25 a 35 años NSE C+.

-Medios: Facebook y Twitter

Tono de comunicación: Se utilizará un tono cercano e informativo con un lenguaje sencillo para facilitar la comprensión de la detención arbitraria a nuestro público meta.

-Productos comunicativos:

- Imagen de portada para Facebook y Twitter.
- Seis imágenes para Facebook y Twitter con frases informativas de nuestro tema principal y una infografía de qué hacer en caso de una detención arbitraria.
- Dos GIFS sobre qué es la detención arbitraria y categorías de detención arbitraria y los derechos de las personas en caso de detención arbitraria.

FASE 2

Elaboración de una ruta crítica para la proyección de un documental (elegido por la organización) para que sea ejecutado posteriormente por la organización.

También se diseñó una invitación base para que sea modificada según la fecha y las características de la gestión de la proyección de dicho documental.

2.2.3 Cronograma o plan de trabajo

A continuación se presenta el cronograma de trabajo que se siguió, con las fechas de entrega y actividades específicas a realizar, así como los responsables de dichas acciones:

Responsable	Actividad	Fecha 1° entrega	Entrega FINAL
Equipo PAP	Redacción de Pre Declaración de Alcance		19 de septiembre
Equipo PAP	Reunión para calendarización de actividades y reunión con profesora PAP.		26 de septiembre
CEPAD	-Entrega de información: datos puntuales de interés para utilizar en la campaña.	-	29 de septiembre
Equipo PAP	Reunión para redacción de concepto creativo para campaña.	3 octubre	6 octubre
Equipo PAP	-Portadas para Facebook y Twitter -1° Imagen Facebook	10 octubre	13 octubre
Equipo PAP	-GIFS informativos -2° Imagen Facebook	17 octubre	20 octubre
Equipo PAP	-Imágenes Whatsapp -3° Imagen Facebook	24 octubre	27 octubre
CEPAD	-Entrega de información para planeación de evento.	-	13 de octubre
Equipo PAP	-4° Imagen Facebook	31 octubre	7 noviembre
Equipo PAP	-Invitación digital -5° Imagen Facebook	7 noviembre	10 noviembre
Equipo PAP	Reunión con profesor PAPp para revisar avances.		
Equipo PAP	-Diseño de infografía. -Ruta crítica proyección de documental.	14 de noviembre	21 de noviembre

Equipo PAP	-Entrega de documento final y productos realizados.	-	28 de noviembre
------------	---	---	-----------------

3. Resultados del trabajo profesional

Los productos obtenidos como parte de este proyecto, fueron de acuerdo a los objetivos planteados. Primeramente, se realizaron contenidos específicamente para compartir en redes sociales y como parte de una campaña para sensibilizar a jóvenes de 25 a 35 años sobre el trabajo de CEPAD en materia de discriminación y tortura.

Además, también se realizó una ruta crítica para el desarrollo de un evento, como parte de una estrategia para la procuración de fondos dirigida a jóvenes de 25 a 35 años; en ésta se propone la proyección de un documental en materia de derechos humanos.

Los primeros productos realizados fueron entregados en tiempo y forma; sin embargo, el cronograma no se siguió del todo ya que el entorno no se facilitó para que los productos estuvieran listos en las fechas establecidas. Ya existía una planeación previa en cuanto a las acciones a realizar; no obstante, el cliente tenía una idea distinta por lo que fue complicado ponerse de acuerdo a tiempo. Por esta razón se tuvo que negociar y generar un mayor número de encuentros para que el mensaje que se quería dar en la campaña fuera claro y conciso.

Como resultado, el impacto que se planeaba tuviera la campaña no fue el esperado. En una campaña de comunicación es importante que los productos generados sean expuestos o compartidos de forma progresiva de acuerdo a la campaña planeada, de lo contrario no se tendrá en impacto deseado.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

Graciela Saraí Larios Aceves

Aprendizajes profesionales

De las competencias que mayormente trabajé en términos de mi carrera fue el trabajo interdisciplinar. Es decir, en ocasiones en mucho más cómodo trabajar de forma individual porque conoces más a profundidad el proceso de un proyecto, dónde estás parado y a dónde quieres llegar con él. Pero la clave está en que no se puede llegar muy lejos sin las habilidades de otras áreas, ya que se complementan, enriquecen y mejoran los resultados a que simplemente lo realice uno por su cuenta el trabajo completo.

Puse en juego mis habilidades como editora de textos para que en el momento de redactar cualquier texto de entrega a la organización o interno del PAP fuera coherente y conciso. Por otro lado, también fui capaz de intervenir en los encuentros o reuniones con CEPAD para preguntar puntualmente qué quería la organización y aclarar como estudiantes y profesionistas nuestro alcance.

A pesar que mi área no es diseño, gracias a mis compañeras de trabajo y su asesoría pude trabajar con algunos productos visuales como son los GIFS.

Aprendizajes sociales

El tema de defensa de los derechos humanos, como cualquier tema o problemática social, es algo difícil de abordar y trabajar para crear impacto en un determinado público meta, ya que estamos vacunados por los medios de comunicación sobre la realidad desalentadora de nuestro país.

Al realizar este trabajo hubo un proceso de sensibilización de nuestra parte, ya que tuvimos que leer e investigar sobre casos de violación de derechos humanos y

conocer cifras de los mismos. El valor agregado que tuvo esta estrategia era sobre el informar a nuestro público meta (adultos de 25 a 35 años) que pueden vivir una situación de detención arbitraria y se puede desencadenar situaciones como la tortura, esta campaña tenía como principal objetivo sensibilizar, pero también incluyó una perspectiva de prevención.

Aprendizajes éticos

Durante este PAP tuve varios momentos de dilemas. Principalmente fue abordar las problemáticas y negociaciones con CEPAD.

Desde el inicio del trabajo en conjunto con esta organización se hicieron acuerdos y se definieron fechas de entregas, aunque fue sumamente difíciles mantenerlos porque notamos cierta falta de comunicación entre los miembros de la organización. Lo anterior, provocó que las indicaciones respecto a las modificaciones de los productos fueran diferentes, lo que causó confusión en el equipo.

Ante este panorama hubo momentos de molestia porque no sabíamos cómo llevar adelante el proyecto, al punto que tuvo que intervenir nuestra asesora. Afortunadamente se hizo una reflexión grupal junto con la organización y se llegaron a acuerdos para que el proyecto continuara.

Aprendizajes en lo personal

Los conocimientos y experiencia que puedo llevar a la práctica en la vida cotidiana son la importancia del diálogo y los acuerdos. Los problemas o dificultades como las que se vivieron en este PAP no son exclusivas del ámbito profesional. Diariamente nos topamos con situaciones que requieren del diálogo con todas las personas implicadas, de tal forma que el resultado sea benéfico para todas las partes o que exista el bien común.

Lo anterior se aplica desde las relaciones laborales, familiares y sociales.

Ana Teresa Ramírez Hinojosa

Aprendizajes profesionales

Trabajar en este proyecto me dejó grandes aprendizajes profesionales. Desarrollé una estrategia de comunicación, así como el concepto creativo de una campaña para redes sociales, plasmado en un brief publicitario; también puse en práctica mis habilidades de diseño, redacción y extracción de información. Además, no sólo sólo tuve la oportunidad de aplicar mis conocimientos adquiridos durante la licenciatura, sino que la experiencia de trabajar con un cliente, en este caso una organización civil, fue muy enriquecedora. Aprendí la importancia de entender a profundidad la causa social para la que se está trabajando, ya que es de vital importancia para comunicar el mensaje de manera adecuada. Por otra parte, también aprendí que es importante mantener una comunicación clara y cercana con tu cliente, tanto virtual como personalmente; de lo contrario, si se limita a una comunicación digital se puede prestar a confusiones o desviaciones del objetivo principal del proyecto.

Es necesario también presentar con detalle las estrategias de manera escrita. Antes de comenzar a elaborar cualquier producto comunicativo, es conveniente desarrollar un documento muy específico, que señale los objetivos y actividades a realizar; esto con el fin de otorgar aún mayor formalidad y claridad al trabajo.

Por otro lado, dejar en claro las tareas y responsabilidades de ambas partes (equipo de trabajo y cliente), podrá evitar que surjan inconvenientes futuros, pues se tiene establecido desde un inicio qué es lo que le toca a cada quién, cuándo y cómo.

Finalmente, es de suma importancia el compromiso, tanto del equipo de trabajo PAP, como de la organización civil. En este caso, CEPAD nos dio un acompañamiento muy cercano y puntual, gracias al cual pudimos desarrollar de forma integral la estrategia de comunicación propuesta. Trabajar en equipo también fue otra habilidad que se puso en práctica a lo largo de este proyecto.

Aprendizajes sociales

Trabajar de la mano con una organización social tuvo un importante impacto en mí, pues me percaté de la gran necesidad que tienen algunas ONGs civiles por

comunicar lo que hacen y el poco apoyo que a veces reciben de la sociedad. Además, tener un posicionamiento y una buena estrategia de comunicación que atraiga la atención del público meta requiere de un proceso largo y detallado para desarrollar la mejor estrategia a implementar; sin embargo, muchas veces se tiene poco interés en las temáticas sociales, en comparación con contenidos triviales o de ocio. Para cruzar esta línea, es necesaria la innovación y la creatividad al momento de generar un mensaje clave.

Esta estrategia tendrá beneficios en cuanto a la sensibilización de jóvenes que puedan participar también como aliados con la causa y que puedan comprender mejor la importancia de defender los derechos humanos.

Concretamente, en mi caso pude ampliar mi perspectiva en cuanto a esta temática, especialmente en los temas de discriminación y detención arbitraria. Pude comprender conocimientos técnicos sobre el tema y tener un mayor acercamiento con casos de violaciones a derechos humanos.

Aprendizajes éticos

Durante el proyecto tuve que tomar decisiones en cuanto a la información expuesta y las imágenes que se utilizarían para los productos de comunicación; tuve varios aprendizajes en este aspecto, ya que tuve que permanecer siempre en alineación con los requerimientos institucionales de la organización. Además, me percaté de que el tema de los derechos humanos es delicado y no es nada sencillo, pues involucra situaciones muy vulnerables para algunas personas; por ello, es primordial cuidar el tono con el que se dirige al público y así evitar cualquier susceptibilidad.

También aprendí a comunicarme efectivamente y a hacer saber los malentendidos o inconformidades durante el trabajo en conjunto; esto sin duda generó una respuesta positiva y mayor claridad de ambas partes.

Aprendizajes en lo personal

Este PAP me ayudó a conocer más acerca de mis competencias y habilidades, y a ponerlas en práctica. Considero que más que conocer la teoría de cómo realizar

algo, llevarlo a cabo es la experiencia que realmente dejará una impronta significativa en mi vida.

Entender y vibrar el tema de los derechos humanos conlleva todo un proceso de adquisición de información y sensibilización que me permitió ver más allá de los conceptos. Me ayudó también a ser más perceptiva y a tener muy claro el contenido de mi mensaje antes de darlo a conocer a los demás.

Isabelana Noguez

Aprendizajes profesionales

Considero que entre los aprendizajes más significativos se encuentra el trabajar en equipo. Nos sentamos a dialogar, planear, proponer ideas de campaña y propuestas de contenido. Rebotamos ideas y opiniones entre nosotras y nos presentamos juntas ante el cliente. Otro aprendizaje fue el hecho de negociar con el cliente para llegar a un punto medio en la estrategia de comunicación. Escuchar sus ideas, lo que buscan y sus objetivos.

Aprendí que antes de toda estrategia de comunicación es necesario realizar un diagnóstico para visualizar lo que han hecho y los puntos de mejora. Entendí que las organizaciones tienen un estilo y una imagen que deben cuidar.

Aprendizajes personales

Aprendí a escuchar. La opinión del cliente es muy importante y el trabajo colaborativo con éste, lo es por igual. Me percaté de la importancia de la comunicación entre este equipo PAP y la organización con la que se trabaja.

Adriana Delgado

Aprendizajes profesionales

Al trabajar con una Institución que ya tiene establecido unos criterios de identidad y comunicación parecería más sencillo la parte de comunicación y diseño, sin embargo cuando estos puntos no se tienen claros, se convierte en un problema más que en una solución. Al trabajar con esta organización desarrollé mis habilidades diplomáticas y mediadoras, además aprendí la importancia de las evidencias, pues

para solucionar varios mal entendidos en cuestión del uso del color y sus debidas aplicaciones estas fueron de vital importancia para darle sustento y credibilidad al argumento. Creo que en la vida laboral nos enfrentamos con clientes que involucran a varios miembros de su equipo para comentarios y correcciones, lo que genera muchas opiniones distintas y no permite que se avance conforme a lo establecido en el acuerdo, por lo cual es muy importante tener un documento que especifique a qué procede en esos casos, cuantas correcciones pueden hacerse y las fechas de entrega de cada producto, así se garantiza el flujo del proyecto y la entrega de los productos en tiempo y forma.

Aprendizajes éticos

Al inicio del proyecto tuve que elegir fotografías para la generación del contenido de redes sociales, estas debían ser libres de derechos, y mostrar una situación real, de impacto pero sin caer en lo amarillista, por lo que me enfrente a la tarea de decidir lo mejor para la campaña, sin embargo en un tema tan complejo y delicado como es una detención o una desaparición el lenguaje tanto escrito como visual tiene una responsabilidad y papel enorme, por lo que tuvimos que reemplazar las imágenes y textos varias veces, para respetar la identidad de la institución y poder manejar el tema correctamente. Para mí esto demuestra la importancia de la comunicación con el cliente y sobre todo la importancia de la investigación y contextualización del tema a tratar.

Aprendizajes sociales

Realmente antes de este proyecto no sabía mucho sobre el tema de detenciones arbitrarias, a pesar de ser un tema muy presente en nuestra vida cotidiana. Me hizo ser más consciente sobre la discriminación que hay en el país, además de conocer que debería de hacer si alguna vez me encontrara en esa situación.

Aprendizajes personales

Lo que más rescato de haber trabajado con esta institución para mi vida profesional, es la importancia de dialogar y aclarar cualquier malentendido, de ser bastante claros con lo que se pide y lo que se entregará y sobre todo a respetar otras maneras de trabajo y ritmos, pues no siempre vamos a trabajar a nuestra manera o ritmo y eso no debe de ser motivo para que el producto no salga o haya retrasos.

Ivette Solórzano Parra

Aprendizajes profesionales

Desde un sentido profesional fue una organización complicada. Cuando se tuvo el primer contacto con ellos no dimensionamos la falta de organización que tienen de manera interna. Fueron poco claros al momento de sus peticiones, cosa que no tomamos a mal, pero la falta de claridades de inicio provocó fallas en la comunicación entre el Equipo PAP y CEPAD.

Aprendí en mayor medida a resolver crisis, además de la importancia de tener un buen orden y respaldado por cualquier inconveniente que pueda surgir. También me gustaría recalcar que no todo fue malo, fueron muy puntuales en sus exigencias, lo que obligó al equipo a buscar soluciones para poder obtener el producto deseado para ambos.

Además de la buena comunicación que existía entre nosotras, lo que hizo respaldar con toda confianza cualquier decisión que las líderes de esta organización tomarán. Antes de enviar la retroalimentación de las cosas que no estaban funcionando a la encargada de tener contacto con el Equipo PAP, hubo una junta interna en la que deshicimos el tono en que íbamos a hablar y los temas que a puntualizar. Fue un verdadero trabajo en equipo en todo momento.

Aprendizajes sociales

CEPAD es una organización que tiene gran presencia en la defensa de los Derechos Humanos en Jalisco. Su labor es más que admirable. Pero su comunicación es demasiado agresiva para un público joven y reacio a ver la realidad que ocurre ante sus ojos. Hablarle con rispidez a un sector que consume y busca el entretenimiento, puede provocar un rechazo directo o un efecto contraproducente.

Es por ello que se buscó darle la vuelta su manera de comunicar el mensaje, claro, sin quitar o eliminar la seriedad e importancia que tiene en la sociedad. En ningún momento se perdió el foco, ni olvidamos el objetivo y formalidad de una organización como tal.

Aprendizajes éticos

Como dije fue una organización complicada, no fue fácil mantener los modos y ser prudentes al momento de decirles las fallas que veíamos en su organización y comunicación. Ellos tampoco lo hicieron, fueron políticamente correctos. En temas de Derechos Humanos los mensajes se tienen que cuidar el doble, ya que se le habla a personas que podrían estar siendo afectadas o agredidas de algún u otra manera.

Las imágenes también tenían que hablar por sí mismas simples, claras y creativas. Un reto comunicativo en términos de diseño ya que sin un banco de imágenes por parte de CEPAD y la falta de recursos de nosotras para conseguir algo específico, se trabajó con aquellas libres de derechos, las cuales eran imágenes un poco estigmatizadas de alguna situación, justo lo que no queríamos.

Aprendizajes en lo personal

Creo que CEPAD y VIHas de Vida en lo personal fueron las organizaciones que más me marcaron, ya que fue con las que tuve más contacto y de las cuales hablamos más, en este sentido creo que me llevó una gran experiencia a nivel personal: aprendí a trabajar en situaciones complicadas, bajo presión y a lidiar con personas poco asertivas. También con aquellas que aportan mucho, entendí que una buena actitud y disposición lo es todo.

Fue un proceso de prueba y error, mandar opciones, tener iniciativa y ser propositivas. En cualquier área profesional creo que estos aprendizajes personales son más que útiles. Me quedo con un buen sabor de boca y conforme con haber conocido cómo funciona y trabaja una organización, no es a lo que me quiero dedicar, sin embargo era indispensable tener el contacto directo con ellas.

Glenda Yesenia Casillas Cortes

Aprendizajes profesionales

CEPAD fue una organización muy complicada, pero no imposible llegar al final. Es muy importante que al comenzar un proyecto, y durante su desarrollo, exista una muy buena comunicación entre cliente y diseñador, en mi caso. CEPAD estaba indeciso en muchos aspectos del proyecto que se estaba llevando a cabo, un día cambiaban una cosa, otro día otra. Ya teníamos una calendarización de fechas y publicaciones, pero no se respetó, ya que la organización se atrasó en decidirse y nosotros también lo hicimos. Ahora comprendo cuando mis maestros de proyectos de diseño me decían que algunos clientes se ponían tercicos en muchas cosas de su proyecto, no dejan que uno le diga lo que funciona mejor o no, es como si ellos supieran mucho del trabajo de un diseñador y sus implicaciones. Las decisiones deben tener justificaciones racionales, y no sólo por gustos de la persona.

Por lo tanto, es bueno tener un carácter de profesionalismo para poner un alto a ciertas circunstancias que implican el desorden del proyecto.

Aprendizajes sociales

La organización de CEPAD tiene un papel importante, dentro de la sociedad, y es conveniente que logren difundir sus actividades e información relacionada con la temática que trabajan. Les hace falta conocer más a su público meta por así decirlo, utilizar imágenes más digeribles, ya que la sociedad no entenderá el mensaje que se le quiere transmitir y sólo se lograrán que haya rechazo. Aunque por otro lado, aprendí mucho de los temas que se tocan (sobre derechos humanos) y cómo son manejados por CEPAD.

Aprendizajes éticos

Desde que comenzamos con la firma de la predeclaración, y durante el seguimiento de las cosas al pie de la letra, mientras se pudo, se practicó la ética. Esta es importante para que el proyecto cumpla con los objetivos necesarios. El carácter crítico y profesional también es importante aplicarlo. Así como tomar el compromiso seriamente de ayudar a las personas vulnerables a estos temas.

Aprendizajes personales

El cliente no siempre va a tener la razón de las cosas, todo en un proyecto debe ser justificado y siempre se debe tener carácter de profesionalismo para poner un alto a las circunstancias que retrasan los proyectos. Asimismo como generar buena comunicación para lograr los objetivos, a veces podemos tener un buen proyecto, pero si no contamos con una buena estrategia de comunicación, que haga que la gente se una, de nada sirve y que como diseñadora, debo diseñar a los clientes de mi cliente.

Génesis Lara

Aprendizajes profesionales

Trabajar en este proyecto me mostró la importancia de que exista una buena comunicación entre la misma organización antes de llegar con los estudiantes del PAP, pues si la organización no tiene bien definidos sus objetivos y sus metas, es mucho más difícil que los estudiantes puedan ayudar a cumplir con el trabajo. Por este mismo reto, aprendí que siempre hay una manera políticamente correcta para decir las cosas y poder arreglar las cosas con el cliente para llegar a un punto medio.

Aprendizajes sociales

Al aprender un poco más sobre lo que hace CEPAD, siento que desperté más y me hice más consciente sobre los problemas serios que ocurren en el país que ya tomamos como eventos comunes y sin importancia. Sin embargo, muchos de los temas con los que trabaja esta organización, como las detenciones arbitrarias, son violaciones serias para las que deberíamos estar trabajando juntos para cambiar.

Aprendizajes éticos

Muchos de los temas con los que trabaja esta organización son muy delicados, entonces era muy importante fijarse bien en las fotografías y el lenguaje que se utilizaban en cada productos, pues teníamos que asegurar que se estaba mandando el mensaje adecuado y no uno que podría ser malinterpretado. Otro punto muy importante para llevar a cabo este proyecto fue el escuchar al cliente con paciencia para llegar a un punto medio, y no desesperarnos cuando se presentaban retos, pues al final el trabajo se tenía que cumplir a pesar de cualquier contratiempo.

Aprendizajes en lo personal

A como fui aprendiendo sobre los temas con los que trabaja CEPAD, fui reflexionando sobre el papel que jugamos todos en la manera que se desarrollan los problemas. Por ejemplo, cómo nuestras acciones cotidianas afectan o ayudan a nuestro país, e incluso, que hacemos para buscar justicia a las violaciones que vemos. No es suficiente buscar culpables en cada situación, sino empezar por analizar nuestras propias acciones

5. Conclusiones

Uno de los aprendizajes más importantes que adquirimos durante este proceso es entender la esencia de la organización y lo quieren del interior comunicar al exterior. Es decir, cada organización tiene sus propios intereses e ideologías y en el momento en que un área de comunicación interviene se puede encontrar con la dificultad de entender el mensaje y el tono con que quieren difundirlo. Lo anterior fue una situación por la que vivimos en la etapa de iniciación de la campaña, lo que desencadenó una serie de confusiones cuando se enviaban los productos a CEPAD, por lo que fue necesario hablar con sus integrantes en repetidas ocasiones para estar en la misma sintonía. Es un hecho que con cualquier cliente u organización el constante diálogo es imperante.

Además, se deben establecer acuerdos con la organización para llevar un orden y una tentativa ruta de trabajo. No obstante, la comunicación no es algo estático por lo que también el área o equipo a cargo debe contemplar posibles cambios para mejorar las estrategias.

Por otra parte, la negociación y honestidad en la toma de acuerdos son algunos de los puntos clave para una relación laboral exitosa. Sin lugar a dudas, puntualizar con nuestro cliente las posibilidades o hasta dónde podemos llegar como equipo de trabajo, da un panorama acerca de las posibilidades de lo que se puede y no ejecutar. Por lo que reiteramos que el diálogo es indispensable.

Finalmente, los equipos multidisciplinares ayudan a la resolución de problemas y el flujo de ideas para la creación de estrategias es mucho más enriquecedora. Un área de comunicación no sólo se conforma por comunicólogos, sino que puede ser integrado por diseñadores, periodistas, publicistas, entre otros. Como fue nuestro caso, fue más la realización desde un texto hasta el diseño de un infográfico.

6. Bibliografía

Aristegui Noticias (27 de enero de 2016). Graves violaciones de derechos humanos, de “forma reiterada en México”. Obtenido de <http://aristeguinegocios.com/2701/mexico/graves-violaciones-de-derechos-humanos-de-forma-reiterada-en-mexico-hrw/>

Castells, Manuel. (2009). *Poder y comunicación*. Alianza editorial: España.

Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo A.C. (2016). Informe sobre la situación de los derechos Humanos en Jalisco 2016. Obtenido de <https://archive.org/details/InformeCEPAD2016Jalisco>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Diciembre de 2016). Estadísticas. Obtenido de: <http://www.oas.org/es/cidh/multimedia/estadisticas/estadisticas.html>

Herranz, José. (Junio- julio 2007). La comunicación dentro de las Organizaciones No Lucrativas. La construcción de la confianza con los ciudadanos. Razón y palabra. Número 58. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n58/jherranz.html>

Ilifebelt (21 de marzo de 2017). Tendencias de crecimiento de redes sociales en México para 2017. Obtenido de: <http://ilifebelt.com/tendencias-crecimiento-redes-sociales-mexico-2017/2017/03/>

Latchmann, Werner; et al. (2012) *Lobby y grupos de interés*. Fundación Konrad-Adenauer. Santiago de Chile. Recuperado el 31 de octubre de 2017 de http://www.kas.de/wf/doc/kas_31569-1522-4-30.pdf?120709214810

López, Jair. (25 de julio de 2016). Número de usuarios de redes sociales crece 18.9%. El Financiero. Obtenido de: <http://www.elfinanciero.com.mx/tech/numero-de-usuarios-de-redes-sociales-crece-18-en-mexico.html>

Núñez, Juan. (Primero de octubre de 2011). Un profesional excelente combina técnica y ética Emilio Martínez. Magis. Obtenido de <http://www.magis.iteso.mx/content/un-profesional-excelente-combina-t%C3%A9cnica-y-%C3%A9tica-emilio-mart%C3%ADnez>

Olvera, Alberto (1998). *Problemas conceptuales en el estudio de las organizaciones civiles: de la Sociedad Civil al Tercer Sector*. Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales: Universidad Veracruzana.

Ramírez Saiz, Juan Manuel. (2011). Descentramiento de la ciudadanía nacional. Guadalajara, Jalisco. : Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente ITESO.

Rello, Maricarmen (2016). Jalisco, a la cabeza de quejas por violaciones a derechos humanos. Obtenido de: http://www.milenio.com/region/derechos_humanos_jalisco-quejas_derechos_humanosi_inegi-milenio_noticias_0_862713758.html

Somers, Margaret. (1993). The narrative constitution of identity: A relational and network approach. *Theory and society*, 23, 649.

7. Anexos

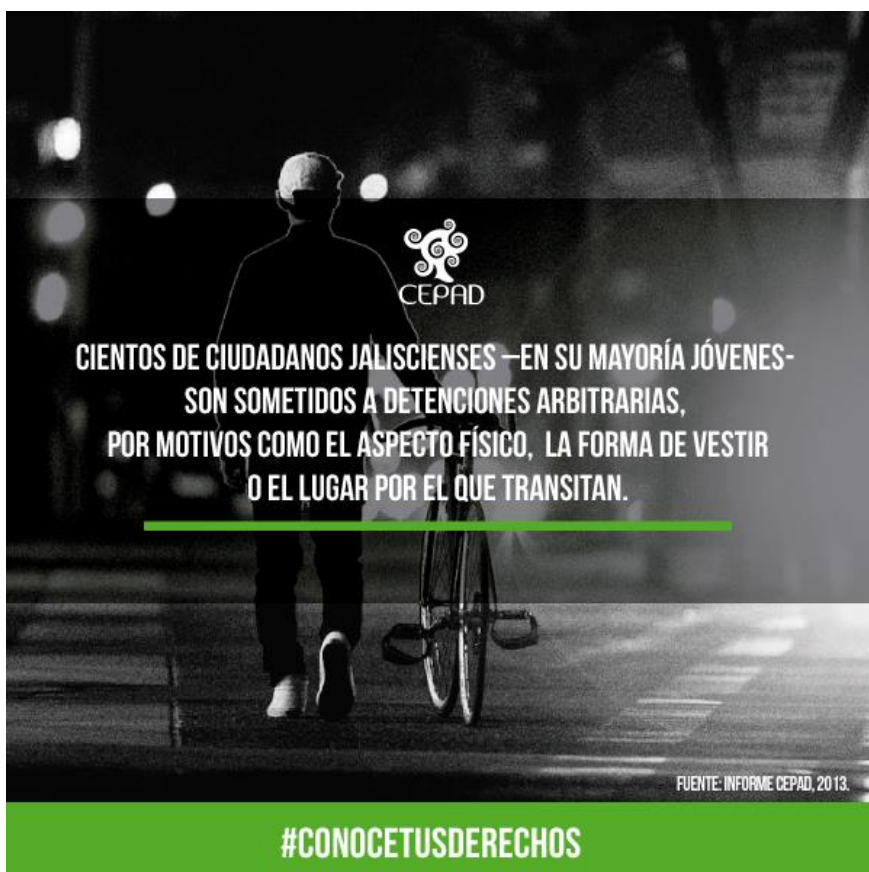
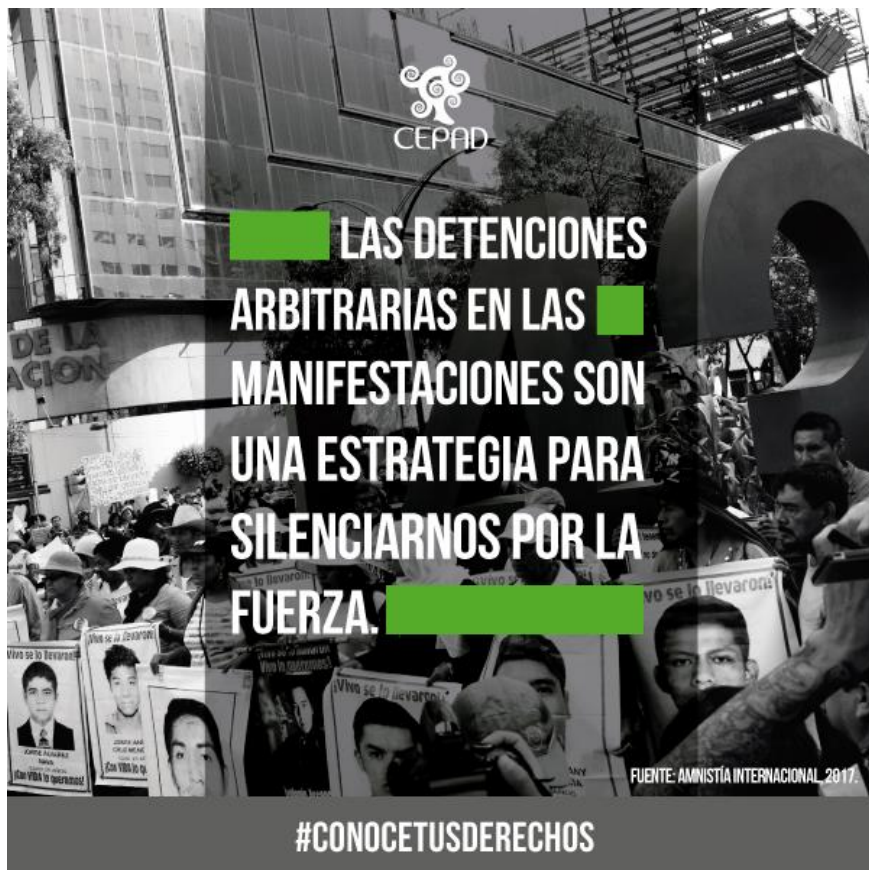
Anexo 1

Imágenes de portada para Facebook y Twitter



Anexo 2

Imágenes para redes sociales.





**JÓVENES QUE
PERTENECEN A GRUPOS
INDÍGENAS, MIGRANTES
O QUE VIVEN EN POBREZA
SUELEN SER
DETENIDOS POR PARECER
'SOSPECHOSOS'.**

FOTO: NUEVOLAREDO.TV
FUENTE: EL ECONOMISTA, 2017.

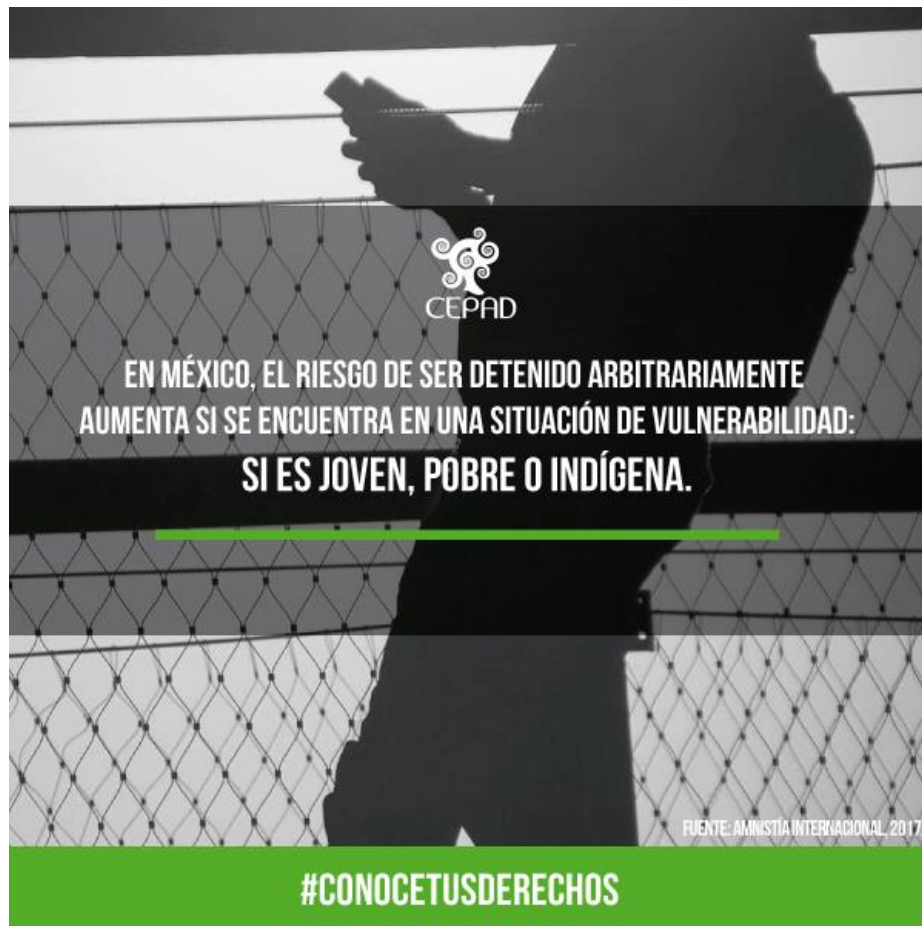
#CONOCETUSDERECHOS



**EL 88% DE LOS JÓVENES DE LA CIUDAD HAN SUFRIDO ALGUNA
VIOLACIÓN A SUS DERECHOS HUMANOS RELACIONADA
A LAS REVISIONES DE RUTINA Y DETENCIONES ARBITRARIAS.**

FUENTE: INFORME CEPAD, 2013.

#CONOCETUSDERECHOS



Anexo 3: Links para GIFS

1. Gif Detención Arbitraria: <http://gph.is/2A0DpLm>
2. Gif Derechos cuando eres detenido: <http://gph.is/2hdEZku>

Anexo 4

Infografía

¿QUÉ HACER ANTE UNA DETENCIÓN ARBITRARIA?



Las detenciones arbitrarias en **MÉXICO** son cotidianas y frecuentemente son el punto de partida de graves y persistentes **VIOLACIONES DE LOS DERECHOS HUMANOS** en el país, como la tortura, las desapariciones forzadas y las ejecuciones extrajudiciales*.

En Jalisco...

88%

de los jóvenes han sufrido alguna violación a sus derechos humanos.



La mayoría cometidas por policías municipales:

27%

GUADALAJARA

42%

ZAPOCAN

En caso de ser detenido **¿CÓMO TE PUEDES PROTEGER?**

Solicitud de la pronta intervención de una o un defensor de oficio, para que se te garantice el derecho a una defensa debida.



Solicitar a una o un familiar o amigo que comparezca ante la autoridad para que te garanticen tu integridad física y tus derechos.

* (Informe Falsas Sospechas: Detenciones Arbitrarias por la Policía en México*, Amnistía Internacional).

Anexo 5: Ruta crítica evento

PROYECCIÓN DE DOCUMENTAL

En el marco de la campaña sobre Detención Arbitraria #ConoceTusDerechos, a continuación se presenta una ruta crítica sobre la proyección de un documental (propuesto por la organización), con el objetivo que a continuación se describe:

Objetivo

- Sensibilizar al público meta sobre la detención arbitraria, así promover que se vuelvan aliados de la organización y posibles donantes de la misma.

Invitados

- Hombres y mujeres de 25 a 35 años

Espacio

- Casa ITESO Clavigero

Horario tentativo

- 7:00 p.m. a 9:00 p.m.

NOTA: El objetivo e invitados puede cambiar si se incluyen más actividades o se incorpora la proyección en otro evento, como se había discutido con miembros del equipo de CEPAD.

A continuación se presenta la ruta crítica que engloba de manera genérica elementos para la organización del evento que estaba planeando Cepad junto con la proyección del documental, como se había acordado en la predeclaración de alcance.

ESQUEMA DE RUTA CRÍTICA PARA EVENTO

Tarea	Encargado	Fecha	Requerimiento
Fecha del evento	Integrantes de Cepad	Un mes antes	Definir fecha y hora tentativa del evento (se sugiere a las 7:00 p.m.)
Apartar lugar	Anna Langheinrinch	Un mes antes	Hablar con el Programa Interinstitucional de Derechos Humanos y Paz. Para crear enlace y apartar Casa ITESO Clavigero, ya que sólo de esa forma se puede apartar este espacio. Gerardo Pérez gerardpv@iteso.mx Ana María Cuétara: 3669 3434 ext. 2801 (con ella se puede gestionar el apartado).
Conseguir el documental	Anna Langheinrinch y Octavio Figueroa	Un mes antes	Tener el formato listo del documental para proyectarse, de preferencia que no se extenso para que no se alargue el evento.
Charla o presentación	Anna Langheinrinch y César Pérez	Tres semanas antes	Definir los invitados que darán el agradecimiento o charla a las personas que apoyan a CEPAD y presentarles los resultados de la organización.
Convocatoria	Anna Langheinrinch	Tres semanas antes	Redacción de convocatoria
Publicación de invitación en redes	Octavio Figueroa	Tres semanas antes	Publicar dos veces a la semana sobre la proyección del documental y pedir a otras organizaciones con la que se tiene contacto que apoyen con la difusión.
Envío de invitación a medios	Octavio Figueroa	Quince días antes	Confirmar asistencia con dos días de anticipación.
Boletín de prensa	Anna Langheinrinch	Quince días antes	Redactar boletín de prensa.
Logística del evento	Anna Langheinrinch y Octavio Figueroa	Una semana antes	Micrófonos y pódium. Mesa y sillas para presentadores (en caso de que inviten a varios presentadores). Proyector, manta proyectar, audio. Sillas para 50 asistentes.
Preparar	César Pérez	Una semana	Discurso final para convocar a los

discurso		antes	invitados a ser posibles donantes.
Brindis	Octavio Figueroa	Quince días antes	Vino y bocadillos. Ana Rosa González Figueroa: 3669 3434 ext.3061 con ella se puede gestionar el brindis, trabajar en conjunto con el Programa Interinstitucional de Derechos Humanos y Paz.
Entrega de boletín	Voluntarios o miembros de CEPAD	Mismo día del evento	Conseguir dos voluntarios o integrantes de CEPAD para entregar los boletines de prensa.
Recepción de invitados	Voluntarios o miembros de CEPAD	Mismo día del evento	Conseguir dos voluntarios o integrantes de CEPAD para entregar los boletines de prensa.

El orden de actividades de este evento como la charla, la proyección y el brindis, son a criterio de la organización.