

Guía de acciones comunicacionales para posicionar a la OMPNA a lo interno y externo de la municipalidad en temas de protección a la niñez y adolescencia



#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

Índice

1. Introducción	3
2. Pasos para construir una estrategia de comunicación	4
2.1 Diagnóstico de comunicación	4
2.1.1 ¿En qué consiste una entrevista?	5
2.1.2 Pasos para construir un plan de comunicación	8
2.1.3 Propuesta de formato de plan de comunicación	11
3. MATERIAL AUDIOVISUAL CON PERTINENCIA CULTURAL Y LINGÜÍSTICA	12
3.1 Vídeos de calidad con teléfonos inteligentes	12
3.1.1 Recomendaciones al momento de grabar un vídeo	12
3.1.2 Tipos de Ángulo	13
3.1.3 ¡Llegó la hora de grabar!	15
4. Boletines impresos y digitales	16
¿Qué es un boletín informativo?	16
4.1 Características de un boletín informativo	16
4.2 Partes de un boletín Informativo	17
4.3 Aspectos específicos	18
4.4 ¡Construyamos nuestro boletín!	19
5. Redes sociales	20
5.1 WhatsApp	20
5.2 Youtube.	20
5.3 Facebook	20
5.4 Instagram	21
5.5 ¡Pongamos en práctica lo aprendido!	22
5.6 Matriz de contenido de redes sociales	23
6. Radio	24
6.1 Micrófono abierto	24
6.2 Cuña radial	26
6.3 Entrevista	27
6.4 Sociodrama en la radio	29
6.5 Consejos para al momento de grabar	30
6.6 ¡Pongamos en práctica lo aprendido!	30
Anexos	32
Anexo 1	32
Anexo 2	33
Anexo 3	35
Anexo 4	37

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

1. Introducción

Las Oficinas Municipales de Protección a la Niñez y Adolescencia –OMPNAS-, creadas a partir de acuerdos municipales con la asesoría técnica de UNICEF, y Fundación Sobrevivientes, Misioneros de San Carlos Scalabrinianos, y El Refugio de la Niñez con el apoyo financiero de la Cooperación Sueca, promueven la articulación y coordinación de las instituciones públicas, privadas y actores locales que garanticen la protección especial y el goce de los derechos de la niñez y adolescencia.

De ahí radica la importancia de dar a conocer sus acciones y planes de trabajo tanto a lo interno como a lo externo de las municipalidades. Las acciones que implementan son clave para llegar hacia los diferentes sectores a nivel municipal y comunitario.

Por lo anterior, es fundamental contar con estrategias que posicione a la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNA- a lo interno y externo de la Municipalidad con el fin de visibilizar las acciones que desarrolla para prevenir la violencia hacia la niñez y adolescencia y sumar aliados para el fortalecimiento de dichas acciones.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

2. Pasos para construir una estrategia de comunicación

2.1 Diagnóstico de comunicación

Para elaborar una estrategia de comunicación es determinante partir de un diagnóstico que permita detectar las diferentes necesidades de comunicación interna/externa que se presentan en la organización y con el conocimiento del terreno satisfacer esas necesidades.

Aspectos a tomar en cuenta	
¿Cuál es nuestro objetivo?	Desarrollar un diagnóstico para determinar cómo está posicionada la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia - OMPNA- tanto a nivel interno como externo de la municipalidad.
¿Con quiénes se realiza el diagnóstico?	A nivel interno - Personal de las diferentes dependencias municipales: Dirección Municipal de la Mujer, Acceso a la Información Pública, Relaciones Públicas, Planificación, etc. - Integrantes del Concejo Municipal. A nivel externo - Personas que visitan tanto la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNA- como las otras oficinas municipales. - Padres de familia que habitan en el municipio y comunidad. - Adolescentes - Medios de comunicación - Otros actores sociales (sector académico, -EPS-, Organizaciones de fe)
¿Cómo realizar el diagnóstico?	A nivel interno - Entrevista grupal o grupo focal con no más de 10 participantes. - Desarrollar encuestas acerca de la percepción que se tiene de la OMPNA

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

	A nivel externo • Visitas domiciliarias (en donde se tenga posibilidad tomando en consideración el semáforo epidemiológico) para conocer la percepción de la comunidad sobre las acciones que implementa la OMPNA dentro del municipio. • Realizar encuesta por medio de Google form ¹y circular link en diferentes plataformas (grupo de whasApp, medios de comunicación).
¿Qué herramientas utilizar para realizar el diagnóstico?	A nivel interno y externo: • Google Form o Survey Monkey². • Canva.³ • Formato de entrevista impresa

2.1.1 ¿En qué consiste una entrevista?

El principal objetivo de una entrevista de acuerdo a Folgueiras (2016) ⁴es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan como mínimo dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada.

Una entrevista es cuando dialogas con una o varias personas, de acuerdo a la Radio digital educativa de Canarias (2017)⁵ consiste en una serie de preguntas ya sea cerradas (es decir cuando la respuesta es “sí” o “no” y no da lugar para que las personas expresen más sus opiniones.) o abiertas (estas preguntas se utilizan cuando se desea conocer descripción y detalles de lo que se desea saber) preparadas con anterioridad que buscan conocer opiniones sobre un tema en específico.

¹ Ver cómo realizar un formulario en anexo 3

² Ver cómo realizar un formulario en anexo 4

³ Ver cómo utilizar esta plataforma en anexo 2

⁴ Folgueiras (2016) La entrevista, Universidad de Barcelona, España.

⁵ Radio digital educativa de Canarias (2017) La entrevista radiofónica, España.

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

Según el anterior autor, la entrevista siempre incluye tres fases: a) la elaboración b) la aplicación y c) el análisis. A la hora de redactar las preguntas es importante tener en cuenta algunas indicaciones de carácter general como; por ejemplo, qué las preguntas no sean muy largas, qué sean claras y fáciles de atender, etc. y qué tipos de preguntas utilizaremos. Para fines del tipo de entrevista que se propone, las preguntas deben ser indagatorias. Una vez redactadas las preguntas, se deberán estructurar siguiendo un orden lógico. Adicional a las preguntas, dentro del formato de la entrevista será importante obtener los datos de identificación de quien entrevista y de las personas entrevistadas:

Objetivo de la entrevista:**Datos de persona que realiza la entrevista:****Nombre:****Cargo:****Datos de identificación de entrevista:**

Día de la entrevista:

Hora de la entrevista:

Duración de la entrevista:

Lugar en el que se ha realizado la entrevista:

Datos de identificación de persona entrevistada:

Edad:

Género:

Etnia:

Ocupación:

Municipio:

Comunidad:

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

A continuación, se presenta la propuesta del siguiente formato de entrevista:

Preguntas:

1. ¿Ha escuchado sobre la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia - OMPNA-?
2. ¿Conoce al personal de la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia?
3. ¿Cuál considera que es el rol de los integrantes de la OMPNA?
4. ¿Qué acciones considera que desarrolla la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia?
5. ¿En qué comunidades ha escuchado que desarrolla acciones la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia?
6. ¿Cómo me puede apoyar el técnico o técnica de la OMPNA al momento de encontrarme en alguna situación de desprotección con mis hijos e hijas?
7. ¿Cómo puede apoyar el técnico o técnica de la OMPNA al momento de sufrir alguna situación de desprotección las niñas, niños o adolescentes de la comunidad?

Luego de haber desarrollado el diagnóstico, escribe tus hallazgos:

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

2.1.2 Pasos para construir un plan de comunicación

Objetivos	Es fundamental trazarse objetivos que sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. Ejemplo: • Posicionar la OMPNA en la estructura municipal como la dependencia especializada para proteger a la niñez y adolescencia. • Dar a conocer a las personas a nivel municipal y comunitario sobre las acciones de prevención de la violencia hacia la niñez y adolescencia que realiza la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia. • Visibilizar desde los medios impresos (boletines, trifoliales, etc.), digitales (redes sociales notas informativas), y radiales o televisivos los servicios de brindar información detección, orientación/derivación registro de casos, acompañamiento y coordinación de situaciones de desprotección que vive la niñez y adolescencia.
 Público objetivo (A quiénes van dirigidas nuestras acciones)	Es indispensable tener claridad de las personas a quienes dirigiremos nuestra comunicación, y para definir nuestro público objetivo debemos realizar las siguientes preguntas: ¿A quién nos dirigimos? ¿Quién es nuestro público objetivo? ¿Qué edad tiene? ¿A qué se dedica? ¿Es hombre o mujer? ¿Dónde reside? ¿Qué intereses tiene?

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

	Al tener la respuesta a estas preguntas definiremos los medios y canales de comunicación⁶ que usan a diario. De ello dependerá el tono, el mensaje y los canales que utilicemos. Debemos resaltar la importancia del posicionamiento de la OMPNA en las reuniones de coordinación interinstitucional, así como en los encuentros que se tenga con el Concejo Municipal.
Identificación de mensajes clave	Será importante identificar mensajes clave para difundir en los diferentes medios, entre los cuales se propone: 1. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a ser felices. 2. Una niña, niño o adolescente no aprende con golpes, aprende cuando se le escucha y se le pone límites sin el uso de violencia. 3. Las niñas, niños y adolescentes tienen derechos a desarrollarse en un ambiente familiar. 4. Las niñas, niños y adolescentes tienen derechos a que se les proteja contra la violencia, la explotación y abuso sexual.
Medios o recurso a utilizar	Al tener identificados a nuestro público, detallar en el plan los medios a utilizar.

⁶ Elemental Comunicaciones (2021) Los medios y canales de comunicación son la herramienta que se usa para interactuar y conectar con la audiencia, dentro de los canales están: correo electrónico, whatsapp, redes sociales, prensa, radio, televisión, etc.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

	Se recomienda: A lo interno: los afiches que contengan escritos la misión y visión de la oficina para crear un sentido de pertenencia y compromiso por parte de los colaboradores municipales y que sean ellos también portadores de la imagen que quiere proyectar la oficina a lo externo. Asegurarse de colocar en lugares visibles, como sanitarios de uso común, pasillos, despachos o recepciones del edificio municipal, la misión y visión para empezar a dar una percepción de servicio y colaboración hacia los niños, niñas y adolescentes y enfocado a los adultos como una oficina de apoyo, ayuda, y de acompañamiento cuando se presenten casos de vulnerabilidad hacia la niñez y adolescencia. A lo externo: Se recomienda colocar en lugares visibles, pasillos de escuelas, de puestos de salud, de tiendas cantonales, mercados, parques e iglesias; mensajes clave para dar a conocer las acciones de prevención de la violencia hacia los niños, niñas y adolescentes. <i>“Conocer lo que no conocemos nos proporciona seguridad, nos permite planificar nuestra vida. Desde este punto de vista, el intercambio de información se convierte en la base a partir de la cual se crea comunidad, se conforman las relaciones humanas” (Kovach & Rosenstiel, 2004).</i>
Implementación	Luego de tener claro los puntos anteriores, se ponen en marcha las acciones utilizando un calendario que identifique los diferentes canales y medios de comunicación, la temporalidad para echarlos a andar y los responsables.
Seguimiento	Será importante establecer mecanismos que midan la cantidad de personas que ven el material realizado desde los diferentes canales de comunicación, el uso de las métricas⁷ que proporcionan las diferentes redes sociales serán fundamentales.

⁷ Las métricas son las estadísticas que cada red social (Facebook, Instagram, twitter, etc.) proporcionan, dichas estadísticas incluyen los me gusta, el alcance, y la participación de las personas, así como cuál es el rango de edad que más visita la red social.

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

2.1.3 Propuesta de formato de plan de comunicación

El siguiente formato propone un calendario de los momentos en que los diferentes medios o canales de comunicación deberían ser utilizados.

Durante el mes de enero será propicio para dar a conocer en todos los medios posibles las acciones planificadas durante el año, posteriormente se recomienda:

1. Desarrollar boletines cada dos meses, donde se identifiquen las diferentes acciones realizadas.
2. Realizar trifolios y colocarlos en la oficina al alcance de las personas.
3. Construir cuñas radiales con mensajes clave que den a conocer las acciones de la OMPNA, que promuevan la promoción de los derechos, etc.
4. Realizar material audiovisual para las redes sociales, documentando las acciones que se desarrollan.
5. Será importante la actualización constante de las redes sociales, principalmente: página de Facebook, Instagram y youtube.
6. Realizar ferias informativas, donde se coloquen murales y collage con imágenes que contribuyan a difundir las acciones que implementa la OMPNA. (Será importante crear vínculos o alianzas con el sector privado y otros actores como vendedores del mercado, bancos locales, tiendas de barrio, Tuc tuc, microbuses, etc.)

Canal de Com.	Temporalidad																																															
	febrero				marzo				abril				mayo				junio				julio				agosto				septiembre				octubre				noviembre				diciembre							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Boletín																																																
Trifoliar																																																
Cuñas radiales																																																
Videos																																																
Redes sociales																																																
Ferias infor.																																																

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA



3. MATERIAL AUDIOVISUAL CON PERTINENCIA CULTURAL Y LINGÜÍSTICA

Desde las Oficinas Municipales de Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNAS- se desarrollan diversas acciones a nivel municipal y comunitario, y los mecanismos de comunicación audiovisual con pertinencia cultural y lingüística son una herramienta vital para dar a conocer a lo externo las acciones que se desarrollan con los diferentes sectores de la población.

3.1 Vídeos de calidad con teléfonos inteligentes

Producir videos con celulares, no es sólo más popular, sino que es más necesario. Sobre todo, por las ventajas de grabación que tiene. Además, los teléfonos son una herramienta útil en la transmisión o difusión de información en diversos espacios y plataformas.

Dentro de las ventajas que acompañan el uso de internet, es la posibilidad de difundir vídeos sin costo; y a la vez buscar o tener impacto en plataformas como: redes sociales, páginas de internet, blogs y otros medios que permitan la transmisión de material audiovisual. Por ende, los vídeos producidos con teléfonos celulares pueden servir para visibilizar el trabajo de las oficinas o proyectos en las redes sociales, en espacios de capacitación y si la producción es cuidadosa, también pueden usarse en empresas de canales de televisión locales.

3.1.1 Recomendaciones al momento de grabar un vídeo⁸

1. Limpia el lente de la cámara antes de utilizar el celular.
2. Coloca el teléfono en modo avión para evitar una llamada que interrumpa por completo la grabación del vídeo. –excepto, si el video es una transmisión en vivo. En ese caso, sólo coloca el teléfono en modo silencio para que no interrumpa la transmisión-
3. Grabar en horizontal. –a excepción de Facebook live, Twitter o Instagram en esos casos siempre grabar en vertical.
4. Evita tomas movidas. De preferencia usa un trípode o adaptador. También puedes pegar ambos brazos al cuerpo, esto evitará movimientos bruscos y menos vibraciones al movimiento del celular.
5. Busca buena iluminación, de preferencia iluminación natural –sol-. Si no es posible, puedes ayudarte con luces artificiales.
6. Si se planea grabar al aire libre, el mejor horario es de 7 a 10am y de 4 a 5pm, evitar grabar de 11am a 2pm ya que los rayos ultravioleta -UV- son fuertes.
7. Nunca utilices el zoom; es mejor calcular la distancia entre el objeto que grabas y tu posición.
8. Ajusta la resolución del teléfono a su máxima capacidad –generalmente es HD-

⁸ UNICEF, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Ministerio de Educación y Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional (2015) Compartiendo nuestra visión del agua en vídeo, Guatemala, Guatemala.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

9. Verifica que el teléfono tenga suficiente batería y espacio en la memoria de almacenamiento.
10. Cuida el audio; se debe grabar a un máximo de metro y medio de la persona. Si la narración del vídeo es en primera persona puedes utilizar el micrófono de los audífonos del mismo teléfono.
11. Utiliza siempre la cámara trasera, pues es la que tiene mejor solución.
12. Coloca el brillo de la pantalla al máximo. Esto ayudará a notar de mejor forma el proceso de grabación.
13. Verifica en la interface del teléfono que tenga la opción de estabilizador óptico. Si tiene la opción debe estar siempre activa.
14. Revisa la toma realizada antes de considerar que sea la toma final.
15. Utilizar el botón “pausar” en tu celular para generar un solo video a través de varias tomas, usando varios escenarios.

3.1.2 Tipos de Ángulo ⁹

Tipo de ángulo	¿Dónde se coloca la cámara?	¿Qué mensaje transmite?	¿Dónde deberíamos usarlo?	¿Dónde no deberíamos usarlo?
Nadir	Completamente debajo de la persona, viéndolo hacia arriba. A 90° de inclinación.	Le da poder absoluto a la persona sobre los espectadores. El valor del personaje es absoluto. Todo lo que diga o haga será maximizado.	Cuando la persona es un gran héroe al que debemos admirar o es un gran villano al que debemos temer. Lo que hizo o está haciendo es de dimensiones épicas.	Cuando nuestro personaje esté hablando, ya que desde aquí no podemos distinguir el movimiento de su boca.
Contrapicado	Debajo del nivel de la mirada de la persona, viéndolo hacia arriba. Aproximadamente a 45° de inclinación.	Le da al personaje un poder un poco mayor que a los espectadores. El valor del personaje es considerable. Todo lo que diga o haga será ligeramente incrementado.	El personaje hace o dice algo inspirador o importante, pero sigue teniendo los pies en la tierra. Es un líder o es alguien que acaba de aprender una lección importante.	Cuando el personaje esté realizando acciones comunes sin necesidad de ser incrementado, ya que mandaría un mensaje confuso.
Normal	A la altura exacta de la mirada del personaje. A 0° de inclinación.	Le da al personaje y a la audiencia exactamente el mismo nivel de poder. El valor de la persona es el mismo que el de quien lo ve.	El personaje está haciendo o diciendo algo que demuestra que es alguien igual al espectador. Especialmente si está teniendo un diálogo con otro personaje o si está hablando directamente a la cámara.	Cuando lo que queremos transmitir va más allá del mensaje hablado y se quiere hacer uso del ángulo para establecer una relación de poder o de empatía entre nuestro personaje y los espectadores.
Picado	Sobre el nivel de la mirada de una persona, viéndolo hacia abajo. Aproximadamente a 45° de inclinación.	Le da a una persona un poder menor que a los espectadores. El valor de las personas es reducido. Todo lo que diga o haga será ligeramente disminuido.	El personaje se debe presentar como insignificante, pero aún debemos sentir empatía por él. Tiene problemas o está pasando por algo negativo. Es una víctima y	Cuando nuestro personaje es un niño o una niña. Es fácil cometer este error, por la altura. Porque tiende a representar superioridad sobre ese niño o niña, lo que buscamos evitar.

⁹ Polo, J. (2020) Guía para grabar video: Aprender a encuadrar bien

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

			nos interesa saber por qué lo es.	
Cenital	Completamente sobre el personaje, viéndolo hacia abajo. A 90° de inclinación.	Los espectadores tienen poder absoluto sobre la persona. El valor de nuestro personaje es nulo. Todo lo que diga o haga será minimizado.	La persona o personas son insignificantes. Son una persona o grupo de personas que caminan y forman parte del entorno, pero no tienen un valor humano ni individualidad que nos incumba.	Cuando nos interesa ver el rostro del personaje o personajes, ya que desde aquí solo podemos ver sus coronillas.



Ángulo Nadir



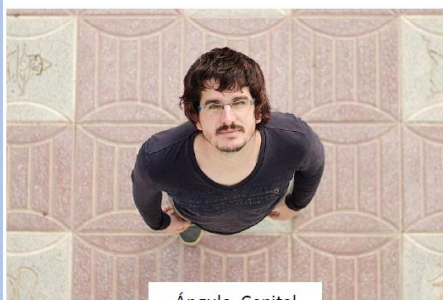
Ángulo Contrapicado



Ángulo Normal



Ángulo Picado



Ángulo Cenital

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

3.1.3 ¡Llegó la hora de grabar!

Luego de leer las recomendaciones realizadas previamente, es momento de iniciar a grabar.

Paso 1:

Identifica dentro de la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia a:

- Una persona encargada de grabar.
- Una persona encargada de narrar las acciones a describir en los vídeos.
- Una persona encargada del sonido y los encuadres de las tomas.

Paso 2:

Establece el tema (resumen de acciones desarrolladas desde la OMPNA, visitas a comunidades, visitas realizadas con Comités Comunitarios de Protección, etc.) en los vídeos, y define el mejor lugar (ten en cuenta la iluminación y no olvides llevar el roll up de tu OMPNA para mostrar más identidad).

Paso 3:

Desarrolla una reunión para construir un guión, en donde establezcas los aspectos que se presentan a continuación:

No.	Voz	Texto	Sonido/Efectos	Ángulo	Tiempo

Paso 4:

Al contar con el vídeo grabado, realiza una reunión para revisar las tomas y edita el vídeo, recuerda todas estas acciones se pueden hacer desde tu teléfono celular o computadora.

Paso 5:

Sube el vídeo editado a las diferentes redes sociales (youtube, Facebook, Instagram) de la OMPNA.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA



4. Boletines impresos y digitales

¿Qué es un boletín informativo?

Cuando se habla de un boletín informativo se hace referencia a un contenido que es enviado por medio de un mail con una frecuencia determinada a los suscriptores de un sitio web o blog, o también se podrá difundir de forma impresa en la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNA-. El objetivo del mismo, es informar sobre un tema específico, lo importante es hacer una publicación periódica que llame la atención a los diferentes actores tanto a nivel municipal y comunitario que sea breve, claro y preciso.

4.1 Características de un boletín informativo¹⁰

1. Personalización

La personalización va a incluir la época en la que se está viviendo. Para ponerlo como ejemplo, si se está haciendo durante la segunda quincena de diciembre, el tema del boletín informativo debe ir en torno a la navidad y el año nuevo.

2. Periodicidad

Lo importante es que el usuario pueda acostumbrarse a recibir el boletín informativo de forma periódica y con esta misma costumbre, se cree una expectativa, se recomienda de manera mensual o bimensual.

3. Escaneabilidad

Crear un boletín informativo que sea fácil de leer y que en una simple mirada pueda transmitir el mensaje que se quiere difundir es esencial para que se mantenga el interés de los suscriptores. Usar imágenes, distintos tamaños de letras cursivas, negritas, diferentes colores y párrafos cortos van a poder facilitar la comunicación del mensaje

4. Claridad y objetividad

Otro de los puntos importante son los detalles excesivos, muchos detalles que sean visuales van a distraer la atención de lo que es clave, por lo que se requiere no sobrecargar el aspecto visual del boletín informativo.

5. Retroalimentación

En el pie de página se pueden poner datos de contacto, por ejemplo, correo electrónico, dirección, número de teléfono y redes sociales.

¹⁰ Agencia de Posicionamiento Web (2019) ¿Cómo hacer un boletín informativo?

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

4.2 Partes de un boletín Informativo¹¹

Para la realización de un boletín es necesario que tenga los siguientes elementos:

- El Encabezado conocido como el título que va en la carátula de cualquier boletín, acompañado del logotipo de la organización.
- Fuente es el tipo de letra que se utiliza.

Para los boletines se recomienda usar fuentes sérif (o terminal), con el fin de hacer más fácil la lectura de los artículos. Ejemplos de letras sérif son: Times New Roman, Bookman y Palatino. Las fuentes sans sérifs (Arial, Helvetica y Avant Garde, por ejemplo) son las más apropiadas para los titulares.

Se recomienda incluir dos o tres fuentes diferentes al boletín por factores de estilo y profesionalismo. Por otra parte, se recomienda que el boletín tenga justificado el texto y se presente en dos o más columnas:

- El título es el texto corto que resume la idea principal del artículo. Se recomienda colocar en mayúscula la primera letra de la oración.
- Los artículos se caracterizan por narrar historias, sucesos, eventos, temas y planes importantes para un grupo determinado.
- Se recomienda que sean escritos un nivel de lectura accesible para alguien con educación media.

Antes de redactar los artículos preguntarse: ¿Quién es mi audiencia? y ¿Qué ideas importantes quiero que ellos entiendan?. Considerar que dependiendo de la audiencia, es importante dar mayor énfasis en realizar boletín más ilustrativo con imágenes o dibujos pertinentes y/o contextualizadas.

Luego organiza las ideas antes de comenzar; considere hacer un esquema y usa ejemplos que respalden sus ideas. Evite palabras complicadas y oraciones largas. Típicamente el tamaño de la fuente es de 10 a 12 puntos.

¹¹ Perera. S. (2019) Boletín informativo "Las redes sociales en el aprendizaje educativo"

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

Ejemplo:

Periodicidad

Título debe ser atractivo

Es importante colocar el logo

Es importante colocar Slogan

Los boletines deben ser más ilustrativos, evitar colocar mucha información

Colocar fecha

Datos de contacto

4.3 Aspectos específicos

TIPS OMPNAs

1. Ser sencillos y creativos en la construcción de los boletines, tener cuidado de no sobrecargar con imágenes e información.
2. Incluir siempre, logo de la municipalidad/OMPNA, la dirección de la OMPNA, correo electrónico, números de teléfono y redes sociales (Si tienen un membrete oficial).
3. Incluir información de estrategias, procesos y actividades realizadas por las OMPNAs para atender a la Niñez y adolescencia. También se puede incluir información sobre el rol de las instituciones en el Sistema de Protección, estadísticas sobre la situación de la violencia contra la niñez y adolescencia, rutas de derivación de casos de violencia, como identificar las situaciones de violencia, etc.

**Si cuentan con Comités Comunitarios de Protección (ver anexo 1)*

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

4.4 ¡Construyamos nuestro boletín!

Te recomendamos realizar un boletín cada dos meses, recuerda el objetivo de un boletín será dar a conocer las acciones desarrolladas y las que están por realizarse, utilizando imágenes y el menor texto posible para llamar la atención de las personas, te proponemos los siguientes pasos a seguir para un boletín:

Paso 1:

Al inicio de los dos meses realizar una reunión entre los integrantes de la OMPNA, establecer que estarán documentando las acciones (toma de fotografías, anotaciones de logros más relevantes) para ser colocados en el boletín. elegir a un encargado para consolidar la información y las imágenes (puede ser un encargado diferente cada dos meses).

Paso 2:

Quince o veinte días previos a difundir el boletín, cada persona deberá enviar la información e imágenes que quien se haya asignado como encargado de consolidar toda la información. (Será importante tomar en cuenta la pertinencia cultural y que el texto sea fácil de entender, pero sobre todo que cada información que se coloque vaya acompañada de una o dos imágenes. Para diseñar el boletín te recomendamos ingresar a la plataforma canva¹², en cualquier navegador, en dicha plataforma encontrarás de forma gratuita plantillas.

Paso 3:

Se revisa y valida la información y las imágenes contenidas en el boletín previo a ser difundido.

Paso 4:

Se difunde en todas las redes sociales de la OMPNA y en la página web (si se tuviera), se recomienda imprimir una pequeña cantidad para tenerla al alcance de los visitantes.

¹² Ver anexo 2

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA



5.Redes sociales

Una red social está contenida por un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, ya sea por temas de amistad, parentesco, trabajo, aficiones, etc. Por ello, las redes sociales tal como hoy las conocemos, han permitido que las personas se encuentren en un entorno virtual formando comunidades con intereses comunes.

Las redes sociales están creadas para el intercambio de información (contenidos, datos, vídeos) con una o varias personas. Como resultado, se genera una comunicación entre los distintos usuarios y lleva a la creación de una comunidad digital con una o varias cosas en común.

Hoy en día como Oficina Municipal para la Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNA- es vital ser parte de las diferentes redes sociales, así como su uso correcto, ya que las mismas ofrecen la ventaja de una comunicación inmediata con los diferentes sectores a quienes se desea transmitir uno o varios determinados mensajes, las redes sociales también son una herramienta que ayuda a visibilizar de mejor manera las acciones que se implementan tanto a nivel municipal como comunitario.



5.1 WhatsApp: Esta aplicación es recomendada para crear redes de comunicación con equipos de trabajo, así como para coordinar en tiempo real con los diferentes actores que son parte de las acciones que se implementan.



5.2 Youtube: Es una de las redes sociales más visitadas, es recomendable tener un canal de Youtube para difundir el material audiovisual, la documentación de las acciones en los diferentes idiomas y poder tener interacción constante con los actores en el nivel municipal y comunitario, promover su participación a gran escala.



5.3 Facebook: Es la red social más famosa en la actualidad, la más utilizada a nivel nacional y su uso por medio de fan page es fundamental para poder tener una comunicación constante desde la -OMPNA, a continuación, se presentan las siguientes recomendaciones y propuestas comunicacionales:

- Determinar un slogan o tema de campaña.
- Los colores utilizados deben ser representativos (haciendo alusión a la OMPNA, se pueden utilizar los colores del logo).
- El tipo de letra que usamos para título y subtítulos o texto de complemento deben ser diferentes.
- Para esta red social, el formato es libre en cuanto a tamaño, cuadrado para post y rectangular para publicaciones o anuncios.
- El texto debe ser corto y atractivo.
- Aprovechar las funciones de transmisión en vivo.
- Acompaña las publicaciones con texto.

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA



5.4 Instagram: Es una red social que utilizan con mayor frecuencia los jóvenes y jóvenes adultos, se ha incrementado su uso en los últimos años, por lo que se percibe la importancia de estar dentro de la misma.

A continuación, se comparten algunas recomendaciones y propuesta comunicacional:

- Determinar un slogan o frase de campaña.
- Los colores utilizados deben ser representativos (haciendo alusión a la OMPNA, se pueden utilizar los colores del logo).
- El tipo de letra que usamos debe ser la misma.
- En esta red social, el mucho más importante las fotografías, que un afiche que tenga texto. Si colocas una frase, que sea corta.
- Las publicaciones son cuadradas, tienen mayor aceptación.
- Acompaña las publicaciones con texto.



Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a ser felices y gozar de sus derechos.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

5.5 ¡Pongamos en práctica lo aprendido!

Sigue las recomendaciones realizadas previamente y las sugerencias que a continuación se describen:

Como se ha detallado, cada red social debe tener una estrategia diferente, ya que es más o menos visitada de acuerdo al rango de edad de las personas, por ejemplo, Instagram la utilizan mayormente personas de 18 a 35 años, mientras que Facebook y Youtube personas de 25 a 50 años.

Por lo anterior será importante que realices una matriz de contenido al inicio de cada mes, la cual se recomienda que sea por semana y puedas distinguir lo que publicarás en cada red social.

Llena la siguiente matriz de contenido, toma en cuenta lo siguiente:

- **La hora:** en este apartado debes colocar el horario de la publicación, se recomienda que sea una o dos por día. (revisa la opción de estadísticas de tus redes sociales e identifica los horarios que más frecuenta las personas ingresar a Facebook, Youtube o Instagram, según sea el caso).
- **Tipo de contenido:** en este apartado indicarás si es un **contenido informativo** (busca dar a conocer lo que se está realizando o entrevistas a determinada persona clave de la Municipalidad o la comunidad) o si es **contenido de interacción** (el cual busca que las personas opinen, reaccionen o comenten sobre determinado tema, por ejemplo: se pueden realizar encuestas, preguntas como ¿Sabías que? O datos interesantes del quehacer de la OMPNA).
- **Copy/texto de la publicación:** lo que colocarás en las redes sociales, recuerda que debe ser texto corto acompañado de imágenes o vídeos, y será importante el uso de hashtag para generar mayor impacto.
- **Imagen/vídeo:** coloca las imágenes, links o vídeos a utilizar en las publicaciones en cada red social.

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

5.6 Matriz de contenido de redes sociales

Mes	Semana	Red social	Hora	Tipo de contenido	Copy/ texto de la publicación	Imagen/vídeo
		Facebook				
		Instagram				
		Youtube				

- Te recomendamos utilizar la plataforma canva, versión gratuita para desarrollar las imágenes de acuerdo con el tamaño requerido de cada red social (ver anexo2).

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA



6. Radio

La radio en las comunidades, es una plataforma eficaz para llegar a los diferentes actores en el nivel local, suelen estar dirigidas por voluntarios que utilizan tecnología de bajo costo, y su programación es en servicio a la comunidad, dan voz a personas de diferentes sectores, mujeres, jóvenes, etc.

Los oyentes suelen estar interesados en las cuestiones locales, este medio también constituye una excelente forma de comunicarse con las comunidades, en las cuales en muchas ocasiones predominan los idiomas mayas, por lo que es vital hacer alianza con la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala para desarrollar mensajes con pertinencia lingüística.

Por lo anterior es recomendable que los técnicos/as de las Oficinas Municipales de Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNA- sean parte de estos espacios para dar a conocer su accionar y generar alianzas con comités comunitarios de protección para promover en conjunto la prevención y protección a las niñas, niños y adolescentes generando una participación bastante activa con todos los sectores.

Al utilizar los espacios radiales, es importante realizar un guión técnico, el cual nos ayudará a ordenar nuestras ideas de lo que deseamos dar a conocer, colocando a la o las personas que hablarán, el texto o sugerencia de texto, la música, sonido de fondo o efectos que ayudarán a la locución, historia o la información que se desea transmitir.

A continuación, se muestra el siguiente ejemplo de guión técnico:

No.	Voz	Texto	Sonido/Efectos	Tiempo
1	Locutor/a o persona que se entrevista	Hola a todas y todos hoy conocerán sobre las acciones que desarrolla la OMPNA en el municipio, ¡gracias por ser parte de este importante espacio informativo!	Efecto de música instrumental	1:00 minuto

La radio tiene diferentes formatos comunicacionales que dan la posibilidad de posicionar los mensajes clave que se han trazado, a continuación, se presentan algunos formatos:

6.1 Micrófono abierto¹³

Consiste en invitar a la audiencia a opinar libremente de un tema en específico, dando libertad, sin tener límite de género o edad, lo importante es promover la comunicación entre la comunidad, es importante en todo momento promover la participación de la audiencia por medio de mensajes de texto, whatsapp, redes sociales o llamada telefónica, y en todo momento que se realice alguna intervención en radio, decirles a las personas que tienen libertad de opinión, sin ningún límite.

¹³ Santiago, Jesús (2020) Micrófono abierto, un espacio para alzar la voz, Milenio, México, México.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

Ejemplo:

No.	Voz	Texto
1	Locutor/a	Mi nombre es José Andrés, bienvenidas y bienvenidos a nuestro programa “Platicando con la comunidad”, el tema de hoy es sobre la crianza desde el amor y buen trato ¹⁴ , por lo que será importante escucharlas y escucharlos.
2	Locutor/a	La disciplina a los niños, niñas y adolescentes contribuye a su formación. Las madres, los padres y los adultos referentes tienen la responsabilidad de guiar a las niñas, niños y adolescentes para que aprendan a manejar sus emociones y resolver los conflictos con responsabilidad y respeto a las normas. Sin embargo, es común que los adultos utilicen la violencia física y verbal como métodos de disciplina; esto regularmente se da a consecuencia del desahogo de los adultos por situaciones personales junto a la falta de conocimiento de métodos para disciplinar que no utilicen la violencia.
3	Locutor o locutora	A continuación, se habilitará el número xxxxxxxx vía mensaje de texto, whatsapp o llamada a cabina, y conoceremos su opinión sobre las siguientes preguntas, recuerden todas y todos pueden participar sin distinción de edad: ¿Recuerdan cómo lo criaron en su infancia? ¿Qué sentimiento le provocaba? ¿Considera correcto educar a los niños y niñas con violencia?
4	Audiencia	Se da 20 minutos para que la audiencia responda a las preguntas.
5	Locutor/a	Se realiza reflexión final de acuerdo a las opiniones de las personas de la audiencia.

¹⁴ Ver mayores detalles sobre este tema en guía para medios: “Promoviendo en nuestra comunidad la crianza de niñas y niños con amor y buen trato”.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

6.2 Cuña radial

Es un formato que permite crear que desde la OMPNA se puedan crear mensajes cortos de no más de un minuto para dar a conocer las acciones que se estén desarrollando dentro de la comunidad enfocadas en prevención de violencia a la niñez y adolescencia, llamar la atención de la audiencia, el objetivo es impactar a quien se quiere transmitir el mensaje.

Dentro de los formatos para realizar las cuñas están las dramatizadas (cuando se aborda un tema o historia corto con diálogos y diferentes entonaciones, por ejemplo: se desea dar a conocer los riesgos que tienen las redes sociales para la niñez sin una supervisión de sus padres y se hace un diálogo sobre el tema o se quiere explicar porque no criar a las niñas y niños con violencia y se pone una historia real para reflexionar con las personas, habladas (cuando se desea contar algo importante a la comunidad) y cantadas (se crea una canción o se adapta un texto de algo que se desea dar a conocer con una canción muy conocida para atraer la atención de la audiencia).

Para hacer una cuña debes tomar en cuenta los siguientes elementos¹⁵:

- **Idea:** Es importante tener la idea clara del tema que se abordará, establecer la voz, el tono, la música, efectos y el lenguaje a utilizar.
- **Guión:** Es la base de la cuña ya que indica toda su estructura, las entradas, el tiempo y la duración de las transiciones.
- **Música:** Es una parte esencial de una cuña, se debe colocar música con la que se identifique las personas y que reconozcan fácilmente.
- **El tono:** Se debe tomar en cuenta en todo momento una buena entonación, buena pronunciación de las palabras y el timbre vocal (poner emociones en los mensajes que damos a conocer).

Ejemplo de cómo hacer guión de una cuña radial

No.	Voz	Texto
1	Técnico/a de OMPNA	<i>Escuchar y platicar con las niñas y niños es importante para que ellas y ellos sientan confianza.</i>
2	Presidente de Comité Comunitario de Protección	Evitemos usar la violencia al educar a nuestras hijas e hijos, si hicieron una travesura o hicieron algo que no debían, expliquémosles porque no deben volver a hacerlo, jellos entenderán si les hablamos!
3	Locutor o locutora	Juntos promoviendo la crianza desde el amor y buen trato desde la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia con apoyo del Comité Comunitario de Protección

¹⁵ Ríos, N (2020) Qué es una cuña radial y cuáles son sus características

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

6.3 Entrevista

Este formato también será importante utilizar por parte de los técnicos/as de las OMPNAS, en la radio; una entrevista es importante para dialogar con una o varias personas, de acuerdo a la Radio digital educativa de Canarias (2017) ¹⁶ consiste en una serie de preguntas ya sea cerradas o abiertas (*estas preguntas se utilizan cuando se desea conocer descripción y detalles de lo que se desea saber*) preparadas con anterioridad que buscan conocer opiniones sobre un tema en específico.

¿Cómo hacer una entrevista?

Cuando se realice una entrevista, tomar en cuenta los siguientes pasos:

1. Hablar con la o las personas previo a la entrevista, explicarles el objetivo de la misma y lo que se desea dar a conocer a las personas. Se recomienda hacer un ejercicio previo para el uso correcto de la herramienta de la entrevista, tomar en cuenta el tiempo y la forma de plantear las preguntas, que sea ameno y fluido en la medida de lo posible.
2. Es importante conocer a la o las personas a quienes se va a entrevistar, investigar qué papel tienen en la comunidad (tener contexto e historial) para poder presentarlo o presentarlos y tener un diálogo con más abierto y con confianza.
3. Hacer las preguntas con tiempo de anticipación y explicar a la o las personas como será el orden de la entrevista, (las preguntas deben ser claras, directas y sencillas).
4. El ambiente de la entrevista debe ser en todo momento agradable, siempre buscando la participación de las personas, y quien dirige la entrevista debe estar atento a las respuestas de los entrevistados/as, evitando muletillas como (emmm, aja, etc).
5. Al finalizar, siempre hacer conclusiones y hacer un pequeño repaso de los temas conversados.

Recomendaciones para desarrollar el diálogo en la radio:¹⁷

- Evita las preguntas que promuevan las respuestas cerradas, por ejemplo: (sí, no, puede ser, aja, etc.) la intención es interactuar con la audiencia, generando una conversación de doble vía.
- Presta atención a lo que dice el entrevistado y reforzar la entrevista por medio de la técnica de micrófono abierto para que las personas den su opinión.
- Utiliza un lenguaje sencillo.
- Utiliza diferentes niveles de audio (sonidos de fondo y diferentes entonaciones).

¹⁶ Radio digital educativa de Canarias (2017) La entrevista radiofónica, España.

¹⁷ Sandoval, R. (2017) ¿Cómo hacer un buen guión de radio?, Fundación Gabo, Cartagena de Indias, Colombia.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

Ejemplo de entrevista

Emisora: Radio San José

Programa: Hablando sobre niñez y adolescencia

Segmento: Entrevista “Acciones comunitarias para prevenir la violencia a la niñez y adolescencia”

Invitada: Srita. Claudia María – Técnica de Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia de San José.

Tema: “Avances en las acciones a nivel comunitario para la protección a la niñez y adolescencia”

Reporteros: Carlos y Gabriela

Locutora: Andrea Vega

No.	Voz	Texto
1	Carlos	Bienvenidas y bienvenidos a Radio San José, este es nuestro segmento de la entrevista. Mi nombre es Carlos y me acompaña Gabriela. Hoy hablaremos con la licenciada Claudia María sobre los avances a nivel comunitario para la protección de la niñez y adolescencia.
2	Gabriela	Para nosotros es un gusto que este usted (Claudia María) esté presente para dar a conocer con la audiencia que acciones se realizan en las comunidades, cuéntenos: ¿Cuáles son los ejes de trabajo de la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia?
3	Claudia María	Muchísimas gracias a los dos por el espacio, en la OMPNA generamos acciones encaminadas a evitar toda forma de violación de los derechos de la niñez y adolescencia; asimismo, damos servicio gratuito de brindar información, detección, orientación/derivación registro de casos, seguimiento, acompañamiento y coordinación de situaciones de desprotección que viven las niñas, niños y adolescentes del municipio.
4	Carlos	Sin duda, es de gran beneficio esta información para todas y todos los que nos escuchan en estos momentos,
5	Claudia María	También quisiera agregar que desde la OMPNA se promueve la coordinación de las instituciones y actores sociales que tienen presencia en el Municipio para brindar respuestas oportunas a las situaciones de desprotección que sean detectadas.
6	Gabriela	Ha sido una valiosa entrevista, para finalizar nos puede brindar sus contactos.
7	Claudia María	Si, estamos ubicados en la Municipalidad de San José, nuestro número es 76235375 y el correo es info@munisanjose.gob , y nuestro horario de atención es de 8am a 5pm.
8	Carlos y Gabriela	Carlos: Con estos datos valiosos nos despedimos, fue un gusto conversar con Claudia María (técnica de la OMPNA), y dar a conocer las funciones de esta importante oficina en el municipio. Gabriela: Les deseamos una excelente tarde, y recuerden: “Niñez y adolescencia protegida es igual a niñez y adolescencia feliz”

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

6.4 Sociodrama en la radio

Con el sociodrama se busca reflejar una situación real de la comunidad, no exige un final, por lo tanto, queda libre para realizar una discusión con la audiencia.

Los sociodramas en radio deben ser cortos y tener pocas escenas, presentar un conflicto o punto máximo de emociones y tener pocos personajes, no es necesario escribir un guión, se puede tener la libertad de improvisar la historia.

No olvidar elegir adecuadamente un tema, situación o problema, analiza el problema (causas y consecuencias, así como el conflicto que existe), y recrear algún caso.

Ejemplo con guión de sociodrama

No.	Voz	Texto	Sonido/Efectos
1	Narrador	Anita vive en una comunidad lejana del occidente (<i>agregar nombre de comunidad o municipio de cobertura</i>) del país, en una condición de pobreza, pero no pierde la esperanza de ser una gran ingeniera, ya que le gusta estudiar y actualmente tiene 9 años. (EMOTIVO)	Sonido ambiente de la comunidad (personas hablando, ruido de camioneta, etc).
2	Anita	Mamá, (FELIZ) ¡saqué 10 en mi examen de matemáticas y me pusieron estrellita!, mi maestra me dijo, que si sigo así seré una mujer exitosa. (ENTUSIAMO)	Voz off de niña
3	Antonia (mamá de Anita)	¡Que alegre hija!, sos muy inteligente, sé que llegarás muy lejos. (MOTIVANDO)	Voz off de mamá de Anita
4	Pablo (Papá de Anita)	(ALTERADO) Ya dejen de estar hablando ridiculeces, las mujeres ¡NO tienen que estudiar!, eso es solo para los hombres. Anita, ¡vos solo ayudarás a tu mamá en el oficio de la casa! (IMPONETE)	Voz off de papá de Anita (furioso) Música de suspenso
5	Antonia (mamá de Anita)	¡Vení Anita!, te voy a ayudar estudiar.	Voz off Antonia (triste y frustrada)
6	Narrador	El papá se da cuenta que Antonia y Anita están estudiando a escondidas.	(Sonidos de cosas que caen, sonata cosas del enojo)
7	Pablo (papá de Anita)	(FURIOSO) ¡Son necias! Hace caso Antonia, mi palabra se respeta en esta casa...	Voz off de Pablo (furioso) Gritos y llantos de Antonia y Anita

#NIÑEZ Y ADOLESCENCIA PROTEGIDA

6.5 Consejos para al momento de grabar¹⁸

Para que tu voz se escuche muy bien y que logres los resultados que deseas con los mensajes establecidos te recomendamos lo siguiente:

1. Preparar algunos ejercicios de respiración 15 minutos previo a grabar, relájate y para mejorar tu dicción puedes colocar un lápiz o lapicero en tus dientes (como si lo estuvieras mordiendo) eso ayudará a que tu gesticulación mejore y todo lo que se diga en la grabación se escuche claro.
2. Será importante leer el guión varias veces y en voz alta previo a grabar, esto te ayudará a estar familiarizado con el mensaje que darás a conocer.
3. El papel de la voz es vital, utiliza un tono alto y dinámico, dependiendo del tema que abordes lleva a las personas a los diferentes escenarios por medio de los diferentes tonos de la voz que utilices.
4. Cuida tu voz, evita tomar agua fría previo a la grabación, tampoco fumes al menos tres días antes del día de grabación.
5. Es fundamental grabar en un ambiente silencioso, evita el eco en todo momento, ¡Haz pruebas antes de iniciar!



6.6 ¡Pongamos en práctica lo aprendido!

Luego de las recomendaciones presentadas para potenciar la radio como medio de comunicación para difundir por medio de mensajes clave las acciones que se desarrollan en la OMPNA, así como para sensibilizar a la población sobre los derechos de la niñez y adolescencia, crianza sin violencia, etc. Te proponemos lo siguiente:

Paso 1

Reúnete una vez al mes y establece los temas a abordar desde los diferentes formatos, recuerda que puede ser: cuña radial, radioteatro, spot, cápsula informativa, reportaje, etc. Identifica los mensajes clave a abordar. Pero sobre todo analiza e identifica las personas que pueden ser parte de locución.

Será importante si deseas reflexionar y sensibilizar a la población, los mensajes y la voz sean propuestas por personas de la misma comunidad para lograr un mejor resultado.

Paso 2:

Es momento de realizar el guión, toma como base los ejemplos que te proporcionamos previamente, el texto de la historia e información que se coloque en el mismo debe ser siempre con pertinencia cultural y lingüística buscando que las personas se sientan identificadas con los mensajes.

¹⁸ López, T. (2020) Consejos para grabar voces, radio notas, el diario de la radio.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

Paso 3

Llegó la hora de grabar, recuerda previo a este momento asegúrate de seguir al pie de la letra las recomendaciones realizadas en esta guía para el formato que decidas realizar.

Paso 4

Al momento de editar puedes utilizar el teléfono, recuerda que debemos aprovechar los recursos con los que contamos.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

Anexos

Anexo 1

-TIPS- para Comisiones/Comités Comunitarios de Niñez y Adolescencia

1. De preferencia construirlo en una hoja, que sea atractivo, que tenga un objetivo claro, que no esté sobrecargado de información e imágenes.
2. Identificar los escritos con la leyenda “Comisión/Comité de Niñez y Adolescencia”, colocando además número de teléfono de sus integrantes, especialmente si tiene personas que desempeñan la coordinación.
3. Colocar información sobre estadísticas de las situaciones de la violencia contra la Niñez y Adolescencia (utilizar el estudio de Conocimientos, Actitudes y Prácticas -CAP-, puede ser una opción), como identificar situaciones de desprotección, protección social y especial.
4. Si ya tienen priorizado dentro de su plan de trabajo abordar algunas situaciones de desprotección, pueden hablar de distintos temas como: alcoholismo, crianza positiva, prevención de embarazos en adolescentes, violencia física, psicológica y sexual, desnutrición, derechos y obligaciones de la Niñez y Adolescencia, etc.
5. También pueden colocar sobre temas que fortalezcan la Sistemas Comunitarios de Protección, definiendo el rol de los Comités Comunitarios de Protección -CCP-, así como de las Oficinas Municipales de Protección a la Niñez y Adolescencia -OMPNA-, que es el Sistema Comunitario de Protección, Directorios de los principales líderes comunitarios, así como la promoción de actividades conjuntas para la prevención de la violencia contra la Niñez y Adolescencia.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

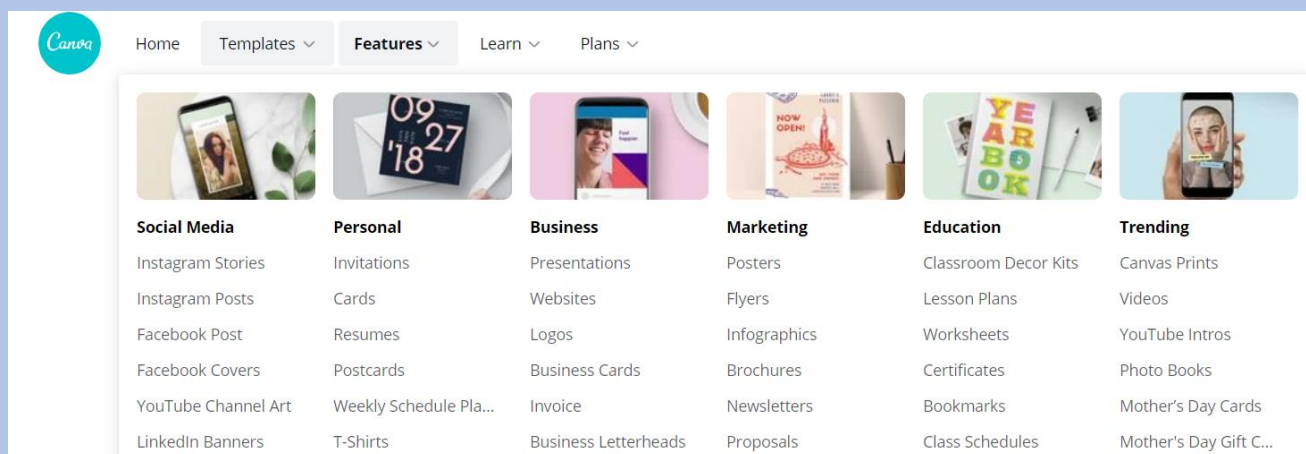
Anexo 2

A continuación, se presenta la siguiente herramienta para optimizar acciones de comunicación:

CANVA¹⁹

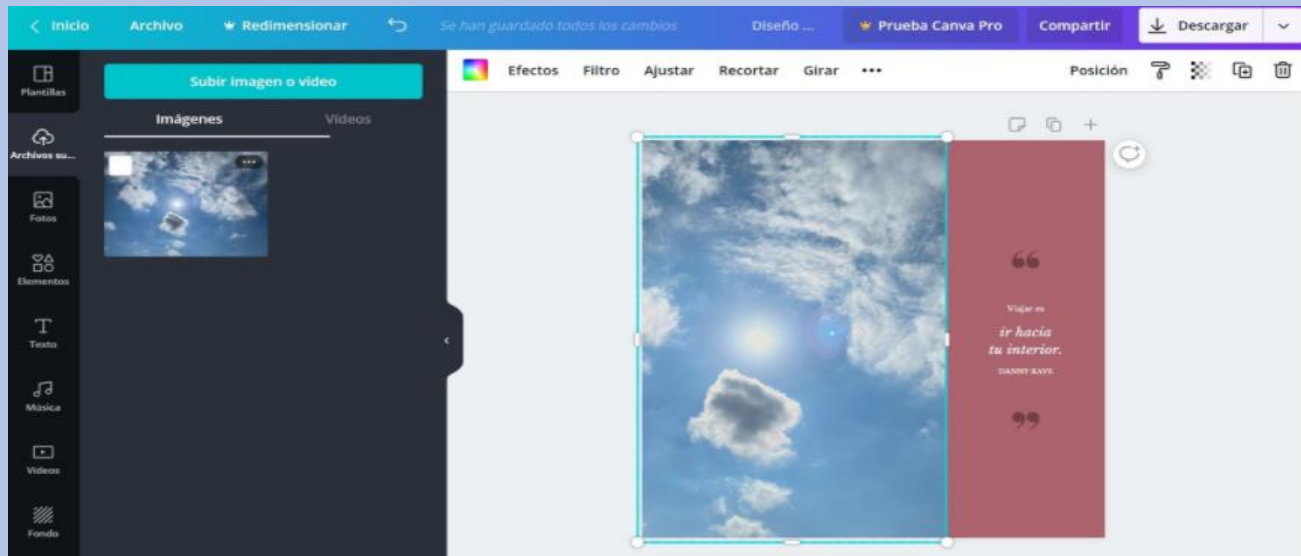
Es una página de uso público fácil de utilizar que contiene centenares plantillas y elementos multimedia que permiten generar de manera creativa todo tipo de formatos comunicacionales. Una de sus principales ventajas es que no es necesario grandes conocimientos para su uso.

Permite crear diseños personales, educativos o profesionales de panfletos, papelería, y otros tipos de proyectos múltiples. Canva también da la oportunidad de subir tus propios archivos multimedia, por lo que podrás poner tus fotos o tus videos en las composiciones que vayas a crear con esta herramienta.

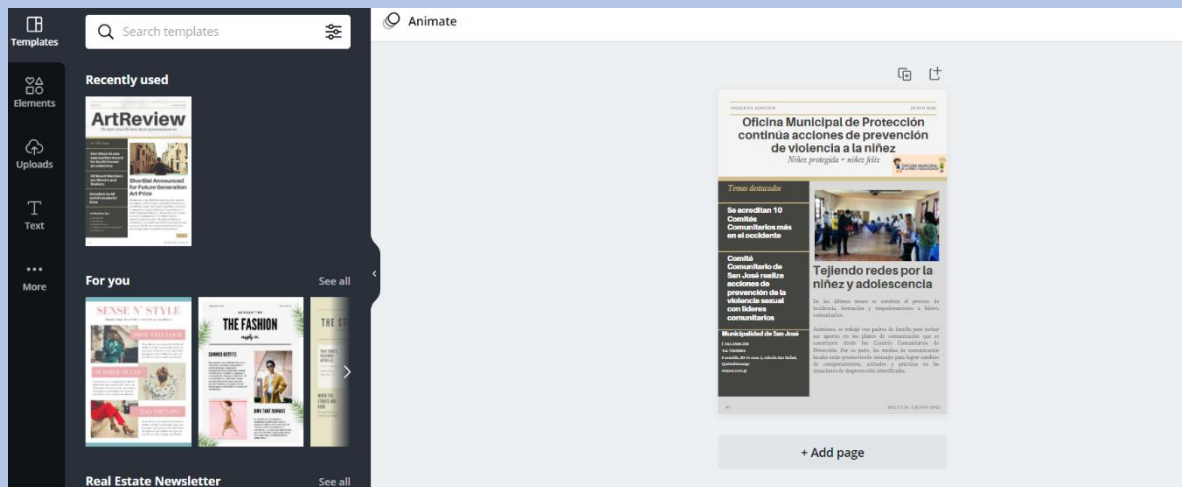


¹⁹ Yúbal, Fernández (2020) Qué es canva, cómo funciona y como usarlo para crear un diseño.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

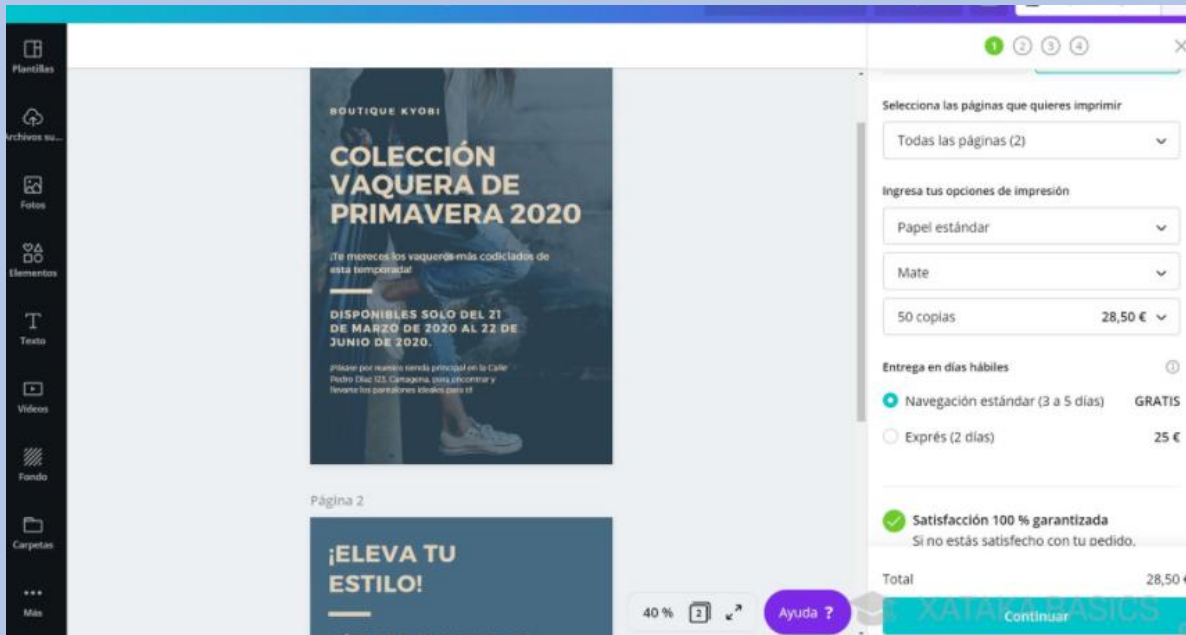


Cuando termines, podrás descargarla para usarla en el ordenador o solicitar una impresión en algunos tipos de plantilla. En la siguiente imagen podrás corroborar que, al elegir plantilla, podrás cambiar todos los elementos. Por ejemplo, si pulsas sobre una foto para seleccionarla, en la columna de la izquierda puedes pulsar sobre otra (o subirla) para cambiarla por la que había. Lo mismo pasa con los fondos de color, y en el texto puedes hacer doble click para editarlo a tu gusto.



En la columna de la izquierda tienes diferentes secciones con varios tipos de elementos que puedes incluir en tus diseños. Lo único que debes hacer es presionarlos, y moverlos directamente sobre tu composición en la derecha. Puedes insertar desde elementos gráficos hasta otros que sean multimedia, o los tuyos propios.

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA



Al finalizar, podrás descargarlos e imprimirlos en algunos casos. Si seleccionas la opción de descargar, lo podrás hacer de forma gratuita en los siguientes formatos: PDF, PNG O JPG, y si deseas imprimir será como si le compraras a Canva tu diseño, se convertirá en una papelería y podrás imprimir varias unidades a determinado precio que dependerá del papel o la cantidad que quieras.

Anexo 3

Pasos para realizar un formulario o encuesta en Google form

1. Para poder realizar un cuestionario o formulario, será importante que cuentes con cuenta de Google (correo Gmail), o también podrás llenar tus datos para poder tener acceso, ingresa a cualquier navegador y busca "Google form", te aparecerá el siguiente enlace, al cual ingresarás.

Crear Formularios de Google - Prueba Formularios gratis

Comunícate con tus clientes, recopila información valiosa con tecnología de Formularios. Ahorra tiempo y crea formularios más inteligentes para tu empresa. ¡Pruébalo gratis! Tecnología de **Google**. Soluciones p/ su empresa. Su equipo conectado.

Google Workspace

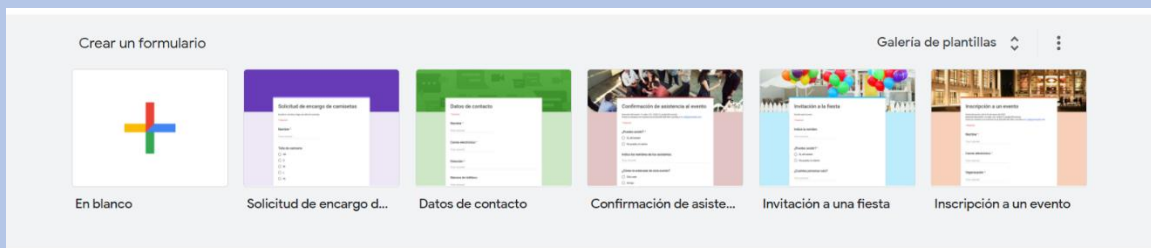
Gmail, Drive y mucho más
Soluciones completas p/ su empresa

Precios

Planes de Google Workspace
Compare los planes en detalle

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

- Al haber ingresado a la página, te aparecerán las siguientes opciones para iniciar tu formulario, tendrá la opción de elegir una con preguntas determinadas, o puedes presionar la hoja en blanco para colocar el diseño y el tipo de preguntas que desees.



- Al presionar la hoja en blanco, te saldrá la siguiente pantalla; a continuación, te mostramos a detalle como puedes rellenar cada casilla del formulario:

Formulario sin título Se han guardado todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas

¿Cuánto conocemos sobre la OMPNA?
Responde las siguientes preguntas de forma libre

¿Ha escuchado sobre la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia - OMPNA-?

☐ Sí

☐ No

☐ Algunas veces

☐ Añadir opción o añadir respuesta "Otro"

Opciones de configuración:

- Varías opciones**: Opción para agregar pregunta
- +**: Opción para agregar pregunta
- T**: Agregar título por pregunta
- I**: Agregar imagen
- Dividir**: Opción de dividir formulario por secciones
- Obligatorio**: Esta opción te permite colocar si la respuesta a una pregunta es obligatoria o no
- Respuesta múltiple**: Aquí elegirás si la respuesta será: opción múltiple, o que escriban respuesta corta.

En esta casilla se coloca el título del formulario

Preguntas del formulario

Instrucciones del formulario

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

4. Luego de realizar el formulario ingresa a la opción de “enviar” que está en la esquina superior izquierda, y te desplazará la siguiente pantalla:

Podrás copiar el enlace del formulario a las personas que desees.

Podrás enviarlo por correo electrónico a las personas que desees.

Podrías agregar más personas que colaboren en tu formulario, colocando sus correos electrónicos en esta opción.

5. El siguiente paso en la opción de “respuesta” podrás ver cada persona que ha respondido al cuestionario y sus respectivas respuestas con estadísticas.

Anexo 4

Pasos para realizar un formulario o encuesta en Survey Monkey

1. Ingresa en cualquier navegador, y busca “Survey Monkey”, al encontrar la página, podrás iniciar sesión con tu cuenta de correo electrónico, Facebook, o podrás inicias desde la misma página:



2. Al haber ingresado te saldrán las siguientes opciones, podrás hacer tu formulario o encuesta con una plantilla o empezar de cero:

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

Crea una nueva encuesta

- Comienza desde cero
- Importar preguntas
- Comprar respuestas enfocadas
- Comienza a partir de una plantilla

Explora las plantillas

Ver todas las plantillas

Más popular

Comentarios de clientes de software y...
Inspira confianza en tu tecnología.

Plantilla de encuesta de compromiso de los...
Evalúa la satisfacción del equipo en el trabajo.

Plantilla de encuesta de satisfacción del cliente
Mantén a tus clientes contentos.

Buscar plantillas

3. Cuando presiones “comienza desde cero”, te saldrá una pantalla para que elijas el nombre y categoría de la encuesta, al completar estas casillas, presiona “crear encuesta”:

Ponle un nombre a tu encuesta

Nombre de la encuesta

Categoría de la encuesta

☐ Mis preguntas ya están escritas.

Elige la forma de recopilar respuestas

☐ Comprar respuestas enfocadas ☒ Usar mis propios contactos

Elige un formato de encuesta (opcional) ¿Qué formato es el adecuado para mí?

Una pregunta a la vez
Pasa de forma automática a la siguiente pregunta

Clásico
Muestra todas las preguntas en una página al mismo tiempo

Conversación BETA
Convierte tu encuesta en una conversación por chat

CREAR ENCUESTA

4. En la siguiente pantalla podrás realizar libremente la encuesta:

#NIÑEZYADOLESCENCIAPROTEGIDA

¿Cuánto conoces sobre la OMPNA?

⊕ TÍTULO DE LA PÁGINA

Título de encuesta o formulario

Eliges la manera en qué se responderán las preguntas

EDITAR

OPCIONES

LÓGICA

COPIAR

P1

¿Ha escuchado sobre la Oficina Municipal de Protección a la Niñez y Adolescencia OMPNA?

Opción múltiple

☐

SI

+ -

☐

NO

+ -

☐

Algunas veces

+ -

⊕ RESPUESTAS EN CANTIDAD

?

5. Luego de colocar cada pregunta, presionas el botón “listo”, posteriormente se aparecerá el botón “enviar” para que puedas copiar y pegar el enlace de la encuesta a quien desees.

¡Todas y todos somos una pieza clave para la prevención de la violencia contra las niñas, niños y adolescentes en nuestros municipios y comunidades!