



Proyecto:
“Bienvenidos a Uruguay
país de buentrato”

2013-2014

Propuesta del Programa CLAVES -JPC

Objetivo:

Fortalecer la Campaña “Uruguay País de Buentrato” iniciada en 2012 para brindar a los turistas extranjeros y nacionales que ingresan al país por *Colonia, Paysandú, Montevideo y Maldonado*, la oportunidad de sensibilizarse sobre el Buentrato a niños, niñas y adolescentes, promoviendo una imagen del país asociada al concepto/marca de “Uruguay país de Buentrato” con la presencia de adolescentes “promotores de Buentrato”.

¿Por qué trabajar con los turistas?

Queremos asegurarnos que todos/as las personas que lleguen al país puedan disfrutar de un turismo responsable que considere los derechos de niños y adolescentes, considerando en especial la prohibición de la explotación sexual comercial vinculada al turismo, según lo estipula la ley Ley N° 17.815. Asimismo, acompañar el mensaje de “Uruguay país natural”, con una comunidad amable, activa, alegre y donde adolescentes y jóvenes son protagonistas en la promoción de una cultura de Buentrato.

¿En qué consiste la Campaña?

Adolescentes capacitados especialmente, reciben a los turistas con una sonrisa y le dan la bienvenida al país, a la vez que les ofrecen recibir el “Pasaporte de Uruguay país de Buentrato” y un folleto explicativo, con formas prácticas de mejorar su trato a los niños uruguayos y que también ellos podrán aplicar con los niños y niñas de sus familias y países de origen.

Las/os adolescentes también realizan performance en las zonas de entrada de turistas (puertos, terminales o aeropuertos) que consta de arte callejero (swing, malabares o tambores) y entregan mapas turísticos útiles, folletería específica de la temática y un Pegotín “Uruguay país del Buentrato”

También se difunden spots y jingle publicitarios, con mensajes de Buentrato en toda la ciudad y se refuerza el mensaje con la distribución de remeras, binchas y banners colocados en el entorno.

¿Cómo se benefician los/as adolescentes participantes de la campaña?

Los y las jóvenes “promotores de buentrato” reciben una importante capacitación que sumada a la experiencia práctica favorece cambios de conducta a nivel personal. La campaña les coloca en el centro del proceso, reconociendo sus capacidades, lo que repercute positivamente en su autoestima. Además, se sienten escuchados y respetados en sus ideas y opiniones, por lo que encuentran libertad para expresar sus sentimientos y las problemáticas que los afectan, a la vez que visualizan la importancia de respetar a los demás. Aprenden a promover respuestas frente a la violencia y la voluntad de lidiar con los problemas de forma pacífica.



Antecedentes y Resultados de la etapa Piloto

El Programa CLAVES, de JPC Uruguay, realiza desde hace 10 años la difundida campaña “Un trato por el Buentrato”. La misma tiene como objetivo promover los derechos y la participación de niños, niñas y adolescentes y promover relaciones de buentrato entre géneros y generaciones.

En 2012, se planteó la posibilidad de extender la difundida campaña al ámbito del turismo, como una propuesta que acompañe desde las organizaciones sociales a los esfuerzos del sector turístico y el Estado para la prevención y erradicación de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes asociada a Viajes y Turismo.

De este modo, se desarrolló una iniciativa de escala pequeña en Colonia, con el nombre “Uruguay País de Buentrato” generando acuerdos con distintas instituciones públicas y privadas e involucrando a adolescentes de la zona en la promoción del buentrato de turistas extranjeros y nacionales.

Los principales apoyos fueron del Ministerio de Turismo, Instituto Nacional de la Juventud Uruguaya, Instituto del Niño y Adolescente en Uruguay –CONAPESE (Comité para la Erradicación de la Explotación Sexual Comercial y no Comercial), Administración Nacional de Puertos de Uruguay, Intendencia de Colonia, Asociación Turística de Colonia, Hospital Evangélico, Colonia Shopping.

Dichos apoyos permitieron concretar las actividades:

- Desarrollo e impresión del “Pasaporte de Buentrato”,
- Talleres de formación para promotores juveniles en Buentrato y turismo sostenible, Maltrato a la infancia y prevención de explotación sexual comercial

de Niños, Participación adolescente y construcción de ciudadanía, Comunidades amigables con el turismo, Talleres de maquillaje artístico, malabares y clown.

- Lanzamiento en el BIT de Colonia del Sacramento con autoridades departamentales y nacionales.
- Intervención y sensibilización pública en Puerto de Colonia.
- Presentación del proyecto con autoridades nacionales en sede del Ministerio de Turismo. Intervención y sensibilización pública en Ciudad vieja de Montevideo y Feria Internacional del libro.
- Intervención y sensibilización pública en Colonia Shopping.
- Cierre y evaluación del proyecto en Puerto Joven IMPULSA.

El impacto en el público general y los medios de comunicación de estas actividades fue el siguiente:

- Sensibilización de más de **10 mil personas** en Colonia en Puerto, Hoteles, Barrio Histórico y Restaurantes.
- Presencia del spot de la campaña “Uruguay país de buentrato” en pautas cedidas por Hospital Evangélico y Colonia Shopping en Canal 3 de Colonia.
- Presencia de la cuña radial de la campaña “Uruguay país de buentrato” en pautas cedidas por Hospital Evangélico y Colonia Shopping en 2 radios de Colonia.
- Amplia presencia en internet.
- Se visibilizaron a las/os adolescentes uruguayos como promotores del Buentrato.
- Se enviaron los folletos a la Feria Internacional del Turismo en Buenos Aires, 3 al 6 de Noviembre 2012.



Propuesta para 2013:

Partiendo de la excelente acogida que tuvo la iniciativa en su etapa piloto, en 2013 el Programa Claves, apuesta a consolidar la articulación de organizaciones y apoyos logrados en 2012.

Se firmarán nuevos convenios: se prevé el desarrollo de un convenio marco con la Asociación Turística de Colonia para desarrollar Uruguay País de Buentrato en coordinación con los actores públicos y privados que la integran.

Se profundizará la propuesta de formación “Jóvenes promotores en turismo y Buentrato”, integrando más contenidos relacionados al sector turístico y ampliando la cantidad de horas de capacitación a los adolescentes participantes. Se propone una agenda que abarcará alrededor de 10 jornadas de capacitación incluyendo los temas ya desarrollados de promoción de buentrato, y prevención de violencia y abuso, en especial en el ámbito turístico, y nuevos temas como nueva tendencias en turismo, turismo sustentable, accesibilidad, emprendedurismo, y acciones de intervención urbana y sensibilización.

Se consolidará un equipo de capacitadores, donde el equipo de CLAVES liderará los contenidos referidos a prevención de violencia hacia niños, niñas y adolescentes y se conformará un equipo de trabajo con los/las jóvenes voluntarios/as del 2012, integrándoles en el proceso de diseño de los talleres y su desarrollo. El Programa Impulsa coordinará el grupo de voluntarios/as y talleristas. A su vez, se tendrá un asesoramiento de técnicos e idóneos en el ámbito del turismo que acompañaron la propuesta el año pasado.

Se expandirá la propuesta a nuevos departamentos, como *Paysandú, Maldonado y Montevideo* donde el caudal de turistas es el más significativo del país.

Se profundizará el impacto en los medios de comunicación, en los puntos claves de tránsito de turistas, se buscará la realización junto a el Ministerio de Turismo de un spot televisivo en el marco de las campañas de “Uruguay país natural” del ministerio.

En conjunto con las terminales marítimas, áreas y terrestres se difundirán banners y folletos durante toda la campaña. Así mismo se entregará la folletería de la campaña en momentos claves de ingreso de turistas.

Impacto esperado en 2013:

100 adolescentes serán capacitados para trabajar con la población turística.

Se sensibilizarán a más de 50 mil personas llevando el mensaje de buentrato a través de pasaportes, folletería y afiches: **10.000 turistas recibirán el pasaporte del buentrato** directamente por los adolescentes, **otras 40.000 personas de la población de Colonia, Paysandú, Maldonado y Montevideo serán alcanzados** por los materiales de difusión de la campaña.

Se comprometerá al menos 30 operadores turísticos e instituciones con el buentrato hacia niños, niñas y adolescentes y con la prevención de violencia física, emocional y sexual.

Calendario del proyecto:

Mayo y Junio

Reuniones con organismos del Estado, instituciones educativas, empresas y asociaciones turísticas.

Julio y Agosto

Firma de acuerdo con las empresas, instituciones y organismos. Diseño de materiales gráficos, spots publicitarios y folletería.

Septiembre

Diálogo con las instituciones educativas vinculadas al turismo en Maldonado, Colonia y Montevideo.

Octubre

Conformación de grupos de promotores de “Uruguay país de buentrato”

Noviembre.

Capacitación con los grupos de adolescentes y jóvenes en los 4 departamentos.

Diciembre

Lanzamiento de la campaña para la sociedad en general y los medios de comunicación. Intervención de los adolescentes y jóvenes en los puntos claves.

Enero a Marzo

Permanecen las herramientas de difusión en los diferentes espacios: en los medios de comunicación, peajes, terminales terrestres, marinas y áreas.