

Introducción

La presente guía básica de procedimientos está basada en las intervenciones realizadas por el equipo de producción de la gira denominada “Tour Súper Jaboncín 2009. Con más poder”, realizada entre octubre y diciembre del año 2009, en 14 regiones del país.

La guía está separada en dos grandes secciones: Conceptos básicos de la campaña y la guía de implementación (referida más al lado de producción).

Como toda acción comunicativa de intervención y posicionamiento, ésta parte de un concepto que marcará toda campaña, generando lemas, acciones y materiales, que deberán ser utilizados y/o adaptados de acuerdo a las circunstancias tanto a nivel humano como logístico.

Es un documento referencial, cuyo objetivo es apoyar experiencias similares, a través de la sistematización, de la experiencia obtenida en los meses que se presentó Súper Jaboncín en 26 ciudades.

PARTE I: CONCEPTOS BÁSICOS DE LA CAMPAÑA

Objetivo

Posicionar, es decir, colocar la idea, en los imaginarios de nuestros públicos objetivos, del poder que posee el jabón con el agua en nuestras manos para prevenir enfermedades, básicamente en tres momentos críticos: antes de comer, antes de cocinar y después de ir al baño.

Públicos

No existe el llamado público general. Para asegurar la llegada correcta de los mensajes debemos segmentarlo, de acuerdo a nuestros objetivos.

Público directo

- Niños hasta los 14 años → serán nuestro público directo 1
- Madres → serán nuestro público directo 2
- Profesores → serán nuestro público directo 3

Por otro lado, para difundir los mensajes podemos apoyarnos en los llamados Aliados, que en nuestro caso son:

- Medios de comunicación
- Autoridades locales

Estrategia de la Intervención

El Posicionamiento o cómo colocamos la idea fuerza de la campaña en los imaginarios de nuestros públicos

Generación de la Idea Fuerza.

La idea fuerza, es la idea directriz que surge del análisis de las informaciones y los estudios cuantitativos y cualitativos que existen sobre la situación que queremos cambiar y sobre el público al cual debemos llegar, en concordancia con los objetivos de la campaña.

Esta idea fuerza es la que debemos posicionar en las mentes de nuestros públicos.

Para nuestra campaña es:

El poder, como idea básica, sustentada en la necesidad y gusto de las personas de querer poseer algún tipo de autoridad sobre alguien o sobre una situación u objeto.

Sobre esta idea base colocamos la otra idea que acompañaría a la idea base, que es: manos con jabón y agua para prevenir enfermedades

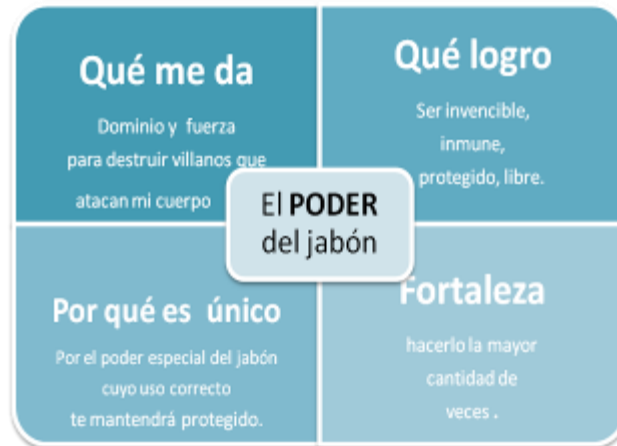
De ambas sale la idea fuerza principal de la campaña:

“El poder que le da a nuestras manos el agua con jabón”.

Lógica de evolución de la idea fuerza

Para poder colocar la idea es necesario crear las condiciones para que nuestro público la acepte en sus imaginarios. Diseñar como evolucionará en nuestras mentes

Si la idea es posicionar la idea fuerza “El poder que le da a nuestras manos el agua con jabón”, lo primero por hacer es mostrar ese poder, luego proponer que todos pueden poseerlo y al final que compartan el poder que poseen.



Las etapas de la Campaña

En base a la evolución de la idea fuerza se plantean las etapas de la campaña,

En nuestro caso, para posicionar “El poder que le da a nuestras manos el agua con jabón”, se han propuesto 3 grandes etapas para esta campaña, que trabajan bajo esta lógica evolutiva:

1. **Descubro el poder** especial del jabón ➤ “El descubrimiento”
2. **Tú también puedes tener el poder** ➤ “La apropiación”
3. **Te pasamos el poder** especial del jabón ➤ “La transferencia”

Mensajes según las etapas de la campaña

Los mensajes son formulaciones, a manera de frases, que amplían y vuelven más concretas las ideas que se viene trabajando hasta el nivel de las etapas.

1. Mensaje primera etapa

No sabía el poder especial que tiene el jabón junto con el agua a chorros en mis manos, para acabar con los gérmenes y bacterias, tanto las visibles como a los invisibles.

2. Mensaje segunda etapa

Ahora que soy un ser diferente porque tengo el poder especial del jabón con el agua a chorros en mis manos, para acabar con los gérmenes y bacterias, tanto las visibles como a los invisibles, convoco a las personas a que lo tengan.

3. Mensaje tercera etapa

Todos lo que ahora poseen el poder, se lo pasan a otros para que muchos más gocen de los beneficios de este poder.

Lemas según los mensajes de la campaña

Los lemas son las frases compactas que resumen todo el concepto de la campaña de posicionamiento.

Estos mensajes y lemas serán evaluados según se vaya implementando la campaña. Las respuestas de parte de los públicos objetivos serán indicadores para reformular, no solo los lemas sino el concepto y la idea fuerza de la campaña.

Etapa 1: Descubro el poder
El jabón te da el poder (para vencer lo que ves y lo que no ves)
Etapa 2: Tú también puedes tener el poder
Únete al poder de las manos con agua jabón (para vencer lo que ves y lo que no ves)
Etapa 3: Te pasamos el poder
Queremos compartir el Poder contigo.

Recursos creativos para la implementación de la estrategia, en base a la idea fuerza, mensajes y lemas.

Ambiente de la Campaña

Es el ambiente que debemos crear para desplegar los mensajes. Debemos pensar en que nos enfrentamos a mundos donde todo ya está organizado. La intención de proponer un ambiente donde desarrollar la campaña, es quebrar de alguna manera esta rutina, para que el mensaje discorra de manera atractiva e interesante.

En el caso de la campaña **de sensibilización “Tour Súper Jaboncín...con más poder”** se propuso un ambiente de lucha, de “batalla entre el bien y el mal”, y es en este ambiente donde **“El poder que le da a nuestras manos el jabón con agua” debe ser** asumido no sólo como implemento cotidiano de limpieza, sino como el arma mágica que logrará vencer al mal.

Formato y/o estilo general de la campaña

Después de determinar el ambiente donde se presentarán las ideas a posicionar, es necesario determinar como serán presentadas a nuestros públicos objetivos, es decir:

El formato o estilo como serán difundidos.

Como el público directo en el caso de la campaña eran niños y niñas hasta 14 años, se determinó que el formato con el cual se presentaría la campaña **“Tour Súper Jaboncín...con más poder”** sería el comic o historieta, que es un formato ampliamente conocido y aceptado por todos los niños del Perú, y este formato atravesaría todas las acciones y materiales de la campaña.

El uso de imágenes representativas de la campaña.

Debemos asumir que el ambiente por sí solo no tiene la capacidad de difundir los mensajes. Para esto necesitamos imágenes que sean los transmisores de las ideas de la campaña, en un ambiente diferente, mágico. Las imágenes pueden ser historias y/ o personajes.

Para la campaña se utilizaron ambos elementos, es decir, se creó una historia con personajes, es decir, la historia de un héroe, Súper Jaboncín luchando contra sus enemigos Listeria la bacteria, la familia de hongos Fong y los protzos.

El uso del drama como un elemento constitutivo de un discurso de sensibilización.

Esta historia, como cualquier otra se basa en el conflicto como base del discurso.

Unos sucios bichos nos atacan y enferman. Frente a esta situación Súper Jaboncín nos ayuda y nos enseña, que con el poder que poseen nuestras manos con agua y jabón podemos vencerlos
Cualquier producto comunicativo que desee sensibilizar no debe descartar el uso del drama en la confección de los mensajes.

La historia de Súper Jaboncín girará alrededor de su llegada salvadora a la ciudad, en donde por descuido de sus habitantes, Listeria la bacteria, la familia Fong y los protzos, están haciendo de las suyas. Súper Jaboncín pondrá las cosas en orden peleando con los “malvados bichos, tanto los visible como los invisibles” quienes son los responsables del caos que se está llevando a cabo.

Las aventuras tendrán siempre un nudo central dramático, es decir, la pelea entre Súper Jaboncín y los bichos, y su triunfo a través del reconocimiento del lugar y el momento adecuado, utilizando el agua a chorros con jabón en sus manos, demostrando que es el método más adecuado para vencer a los bichos.

**Súper Jaboncín y sus aventuras
contra los malvados bichos, el
recurso dramático de la
campaña, en formato historieta.**

SÚPER JABONCÍN



Es la imagen que representa el poder del jabón. Él lucha contra el mal aplicando su conocimiento del jabón y la fuerza que genera al mezclarse con el agua.

Súper Jaboncín será, en la campaña, el elemento que brindará la parte lúdica, pues a partir de sus aventuras, acciones, materiales y mensajes acerca del poder del agua a chorros con jabón en sus manos se irán entrelazando, con la parte más educativa.

Perfil del personaje

Súper Jaboncín es una persona normal que se transforma en superhéroe, cuando utiliza el poder de los chorros de agua con jabón en sus manos, defendiendo a todas las personas que caen bajo el influjo de las pandillas de los malos gérmenes, bacterias y demás.

Poderes

No tiene poderes sobrenaturales propios. El posee el conocimiento del poder que tienen los chorros de agua con jabón en las manos utilizados en el momento adecuado. Ese es su gran secreto. Y a partir de este conocimiento ha desarrollado armas que basándose en este principio lo hacen poderoso.

Armas

-Pulsera radar -

Es una de las armas más importantes de Súper Jaboncín ya que es un radar especial que permite saber, no sólo el lugar en el que se encuentran los gérmenes, sino también el momento en el que van a atacar.



-Visor de gérmenes invisibles-

El visor está diseñado para visibilizar a los gérmenes tipo Protzo, (organismos microscópicos unicelulares) cuya característica principal es ser invisible.

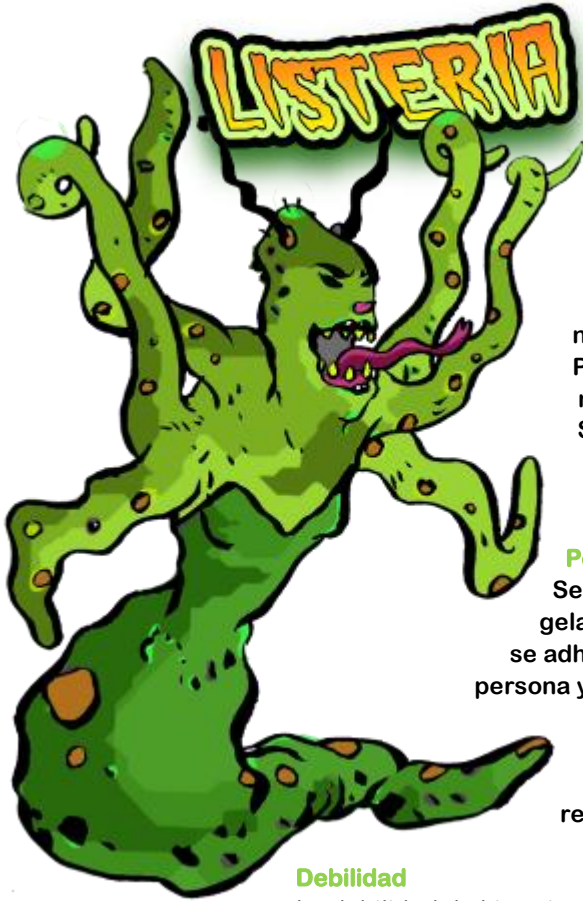


-Lanza chorros de agua jabonosa-

Su acción principal es de disparar la poderosa mezcla de agua y jabón. El resultado es el incomparable y potente disparo de chorros jabonosos con el alcance y la rapidez necesarios para acabar con la familia Fong, Protzo y Listeria "la bacteria".



Los malvados bichos:
Listeria, la Familia Fong y Protzo,
enemigos acérrimos de Súper Jaboncín



LISTERIA “LA BACTERIA”

Perfil del personaje

Es una mujer amargada e histérica. Quiere conquistar el mundo de los humanos, y se ha dado cuenta que los tontos humanos no aplican el método más fácil y sencillo para no enfermarse: el lavado de manos con jabón. Por eso ha decidido enfermar a todos los niños y niñas del mundo que no conocen el este detalle. Su malévolo plan será llevado a cabo bajo la alianza que mantiene con los hongos y protozoos.

Poderes

Se introducen al ser humano por su fisonomía gelatinosa y moldeable, y con sus largos tentáculos, se adhieren por unos cuantos minutos al tejido de la persona y comienzan a infectar las células y extraer energía.

Su segundo poder es que puede regenerarse y reproducirse fácilmente.

Debilidad

La debilidad de Listeria reside en que esta al tener un cuerpo muy frágil puede ser dañada rápidamente. Y aunque puede regenerarse, no lo hace con rapidez.

Los poderes de listeria se ven inutilizados cuando entra en contacto con la combinación de agua y jabón, sus tentáculos no resisten esta fórmula.



LA FAMILIA FONG

Perfil del personaje

Es una familia de tres hongos parásitos, cada uno tiene una personalidad distinta, pero en el fondo, comparten la misma ambición de gobernar el mundo, y juntos planean quitarle el trono a Listeria.

Poderes

Tienen la capacidad de juntarse y fusionarse con otros hongos. Tiene esporas que al ser lanzadas pueden generar en el ser humanos malestares como fiebres, escalofríos, dolores de cabeza, entre otros.

Debilidad

Debido a su forma y tamaño no puede camuflarse, por lo que se vuelve en un objetivo fácil de reconocer. Además como es sedentario su agilidad se ve reducida y no puede esquivar rápidamente los ataques que puedan recibir del lanza chorros de agua jabonosa de Súper Jaboncín.

Aspectos técnicos de los hongos:

Son organismos cuya característica sedentaria hace que se propaguen y nunca dejen de crecer, mientras se encuentren con vida. Según el tipo de hongo la enfermedad causada puede ser subcutánea, cutánea, o micosis profunda.

-FONG-

Es el hermano mediano, le encanta ser visto y por eso se actúa como rudo. Es el más ágil de los tres y se especializa en ataques sobre la piel humana.

Debido a su vanidad y soberbia es el más visible de la familia de los Fong. Se le reconoce fácilmente, por sus movimientos exagerados.

-FONGO-

Es el mayor, es el mediador entre sus dos hermanos, su característica principal es el ser el científico loco que siempre está intentado ver nuevas formas de infectar a los humanos. Es muy serio y siempre está molesto. Es el más ambicioso y sabe que puede generar más daño en los humanos cuando logra infectar sus órganos vitales, por eso siempre creará mecanismos para introducir sus esporas en las personas. Vive en los desperdicios y en los lugares menos agradables de la tierra.

- FUNGO -

Es el hermano menor, el más fuerte pero también el más torpe de todos, la influencia de su hermano Fongo hace que siga sus órdenes sin chistar y que trate de exterminar a los humanos sin compasión. Sus ataques se centran en las picazones y la creación de nuevos hongos en las manos.



PROTZO

Es el más maligno de los bichos. Su objetivo principal no es conquistar el mundo, sino disfrutar del daño que causa a los humanos cuando estos lo ingieren.

Le encanta ver como el ser humano poco a poco se vuelve cada vez más débil, ya que esto lo hace más poderoso.

Poderes

Su momento favorito para atacar es antes de comer y mientras la madre cocina, porque le gusta infectar a los alimentos, ya que considera la vía más fácil para entrar dentro del cuerpo humano.

Su principal característica es que es invisible y pasa desapercibido por muchos canales como el agua. Tiene un cuerpo que puede adquirir cualquier forma y además posee púas que cuando las expulsa enferma a la gente con infecciones.

Logra causar grandes daños en las personas tales como, mareos, diarreas, fiebres, fatigas, etc.

Debilidad

Su debilidad es que solo se mueve rápidamente cuando está en el agua y cuando está en tierra firme sus poderes se inutilizan.

Aspectos técnicos:

Estos organismos microscópicos unicelulares están muy extendidos por la naturaleza, su hábitat más frecuente es la tierra y el agua.

Algunos de ellos pueden vivir durante muchos años de forma inactiva protegidos por una cubierta en forma de quistes. Al ser humano pasan a través del agua, alimentos, picaduras de insectos portadores y mediante relaciones sexuales. Una de las enfermedades producida por protozoos, y muy extendida por todo el mundo, es la malaria, transmitida a los humanos por picadura de un mosquito del género anopheles. Otra enfermedad muy frecuente es la disentería amebiana, transmitida por la ingesta de aguas contaminadas. Entre las infecciones que se transmiten por contagio sexual destaca la tricomoniasis muy frecuente en nuestro medio.

PARTE II: GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN

Las acciones

Dentro de este ambiente general de historieta, donde Súper Jaboncín vence a sus enemigos con el poder que tienen sus manos debido a la combinación de agua con jabón, se desarrollarán las acciones y materiales de la campaña, respetando ideas fuerza, lemas y etapas.

Acciones

Las puestas en escena de las acciones se realizarán bajo la forma de un espectáculo-concurso.

El objetivo de utilizar este modo de presentación, es apoyarnos en la cultura de espectáculo masivo, una de las características principales del mundo contemporáneo.

Este tipo de característica de la puesta en escena, es decir, la música, el diseño y color de los artefactos utilizados, sugiere que ellos piensen en entretenimiento, más que en educación, lo que permite que el tema del lavado de manos sea asumido, sin muchos prejuicios, pues no se imaginaban que asistirán a una intervención educativa.

Tipos de acciones

- ✓ **Eventos de Intriga**
Un estilo que se usa y precede la llegada de un espectáculo a alguna ciudad es llamar la atención del público, con un recurso de intriga. Puede ser una frase, un material, una acción o todo en conjunto dependiendo de la logística.
Para la campaña se realizó una comunicación a periodistas locales informando del ataque de unos bichos a la ciudad, además se colocaron
Días antes de la llegada de Súper Jaboncín, pasacalles anunciando la llegada de estos bichos.
- ✓ **Plan de medios**
Es importante realizar un mapa o directorio estratégico de los principales medios de comunicación de la localidad. La intención de este directorio es focalizar el esfuerzo de difusión del evento. Escoger cuáles serían los más adecuados para posicionar a Súper Jaboncín.
Por otro lado, el envío de la información puede ser de manera lúdica. El mismo Súper Jaboncín, fue el encargado de entregar sus notas de prensa, lo que motivo entrevistas y cobertura.
- ✓ **Intervenciones en plazas y calles**
Siguiendo la lógica de un espectáculo, donde las estrellas principales realizan actuaciones fugaces y divertidas por calles y plazas, para generar mayor asistencia del público, a sus presentaciones, nuestro héroe también utilizará este recurso, para difundir no solo sus presentaciones, denominada TOUR SÚPER JABONCIN.CON MÁS PODER sino el contenido o tema de las mismas, en nuestro caso, “el jabón te da el poder”.

- ✓ **Eventos promocionales en plazas**
Las plazas públicas son espacios de encuentro y socialización que deben de tomarse en cuenta a la hora de proponer los lugares donde se deben realizar las intervenciones.
Existen plazas que cumplen a cabalidad con este rol social, pero existen otras que no. Lo importante es escoger el espacio más adecuado para realizar la intervención, sin olvidarse de analizar la logística con la que se cuenta.
Nuestro héroe no solo se presentó en plazas públicas, sino también en coliseos y colegios, porque las condiciones de esos lugares así lo determinaban.

Tipos de llamadas “Manos, agua y jabón”

- ✓ Cada espectáculo tiene frases o eslóganes motivadores que incita a los participantes a concursar, ya sea de manera activa o pasiva, pero que finalmente los involucra en la naturaleza del evento.
- ✓ El famoso dicho de “a la una, a las dos, y a las tres”, que da inicio a la competencia, fue reemplazado por el de “manos, agua y jabón”. De esta forma, el público y los concursantes irán repitiendo y asumiendo el mensaje básico de la campaña, sin que lo sientan como una clase u orden. Esta frase forma parte de la competencia, del juego y desde esa perspectiva trasciende a lo educativo, y llega a él de manera más acorde con la naturaleza de la intervención.

La pre-producción

Esta es la etapa en la cual se debe planificar y preparar todo lo necesario para la implementación de las intervenciones.

Debes tener en cuenta todo lo que puedes necesitar en coordinaciones, permisos, personal y materiales y todo lo que puede pasar como imprevistos

Diseño y confección de materiales

- Imprimir los materiales gráficos¹, en base a los diseños de la campaña (ver CD de diseños anexo)
- Si deseas modificar o crear nuevos materiales recomendamos usar programas diseño como el Corel Draw, In Desing e incluso el Word o como recurso más sencillo, producir los materiales a mano.²
- Elaborar los materiales de promoción en base a los diseños de la campaña (ver CD de diseños anexo)
- Elaborar los materiales para la implementación de los juegos³ (ver CD de diseños anexo)
- Si bien es cierto, en este documento encontrarás la descripción en características y cantidades de los materiales de campaña, no es preciso ceñirse a estos detalles. Tal vez sea necesario modificar o adaptar los materiales de juego en base a las características del lugar, de los participantes e incluso del presupuesto manejado. En ese caso los diseños servirán como una base sobre la cual se pueden crear otras opciones de participación, en base a materiales del lugar, objetos reciclados, etc.⁴

Mapeo de actores

- Es sumamente importante saber con quienes contamos al momento de realizar la estrategia de intervención. Es necesario entonces hacer una lista de las instituciones con las cuales podemos trabajar, tanto instituciones educativas (incluso para la realización misma de las intervenciones), instituciones de salud, autoridades y medios de comunicación, entre otras.
- Las instituciones educativas son el punto central de nuestras acciones, ya que es donde encontraremos a nuestro público directo 1, los niños. Podemos coordinar con una o más de ellas, para que formen parte de la intervención del juego o para realizar acciones de promoción directa como reparto de materiales o el apoyo para coordinar una visita de Súper Jaboncín.
- Puedes trabajar con las instituciones de salud (hospitales y/o postas) la distribución de materiales de campaña e incluso intervenciones dentro de los espacios que ellas generan para promover el lavado de manos con agua y jabón.

¹ Ver listado de materiales gráficos sugeridos para la campaña

² Este recurso puede ser usado como pretexto para crear concursos de pintura en donde intervengan niños de diversos colegios en coordinación con algunas autoridades o instituciones. Así se va creando un primer lazo de involucramiento

³ Ver listado de materiales para juegos

⁴ Ver listado alternativo de materiales para juegos.

Es el lugar adecuado para llegar no sólo a niños, sino también a las madres de familia, nuestro público directo 2.

- La coordinación con las autoridades, ya sea Municipio, Gobierno Regional, Gobernación, por nombrar las principales, es necesaria para la realización formal de las intervenciones; se requiere tramitar los permisos respectivos para volanteo, colgado de banderolas, presentaciones callejeras, uso de plazas públicas, perifoneo, etc. Sin embargo, el acercamiento a estas instituciones puede permitir un trabajo conjunto muy productivo.

El plantear una co-producción podría permitir extender el radio de alcance de la estrategia y aumentar su fuerza de impacto

- Los medios de comunicación, por su lado, pueden convertirse en grandes aliados, si se les mira con un ojo diferente al considerarlos únicamente como difusores de nuestras notas de prensa.

Un buen consejo es ver a los periodistas como uno de los públicos de la campaña. Así, si en lugar de apelar “al favor” de la publicación de una nota, podríamos, por ejemplo, convertirlos en parte de los aliados de “Súper Jaboncín” en su lucha contra los bichos. Imagínate como te sentirías de motivado si un superhéroe llega a conversar contigo hasta el escritorio de tu oficina. El impacto, la diversión y el mensaje directo son un buen estímulo para querer difundir la labor de este personaje ¡y sin tener que moverse de la oficina!

Armar un equipo de producción

- El primer requerimiento a nuestro parecer, es contar con un grupo que esté involucrado con la historia y con la metodología de la intervención. Alguien que se divierte trabajando con Súper Jaboncín funcionará mil veces mejor que alguien que sólo busca “cumplir su trabajo” y así podrás contar con un equipo al cual no tienes que dictar sus acciones paso por paso. Necesitas un grupo que tenga iniciativa propia y un nivel respetable de responsabilidad
- Necesitarás un encargado local, que conozca la rutina del lugar (puntos de reunión, medios de comunicación más consumidos, locales apropiados, horarios adecuados) y que haga las coordinaciones necesarias con los colegios, autoridades e instituciones, tanto para gestionar los permisos y trámites que corresponde, como para presentar la campaña y generar un primer acercamiento con estos potenciales aliados.
Es de gran ayuda que el encargado local sea comunicador, periodista o esté relacionado de alguna manera a los medios de comunicación ya que facilitará la relación con los medios y autoridades para la promoción de las acciones.
- Dos encargados de la escenografía y la implementación de los juegos. Quienes verán el armado y desarmado de los materiales, su traslado, embalaje, mantenimiento y supervisión durante la intervención.
- Un responsable de equipos, encargado del funcionamiento de la amplificación sonora, de la instalación, desinstalación y manejo de sonido de acuerdo al pauteo de la dinámica.
- Dos personas encargadas del ingreso, ubicación y asistencia a los niños asistentes en la intervención. Ellas se encargarán también del reparto de materiales de promoción durante y después del evento. Forman parte del grupo que asiste a los encargados de escenografía e instalación de juegos.

- Es preferible contar con gente que tenga cierta experiencia en presentaciones públicas, manejo de público o campañas. Esto creará una dinámica de trabajo mucho más fluida.
- Es mucho más óptimo contar con el mismo equipo humano de producción para todas las intervenciones que se realicen. A partir de la primera presentación, el equipo trabajará cada vez más integrado; cada quién conocerá su función y serán más capaces de enfrentar imprevistos.
- Es una buena idea poder contar con “voluntarios” en cada presentación. Se puede contactar con institutos de educación, salud o arte, para su participación en los eventos.
Normalmente estos grupos organizan labores sociales de interacción y el tema del lavado de manos como prevención de enfermedades es un tema acorde a su labor. Por esto mismo, se recomienda entregar algún certificado de participación oficial como forma de compensación.

Selección de los lugares de intervención

- Como espacio de presentaciones debes escoger, de acuerdo a las características del lugar, los lugares que consideres más apropiados, considerando elementos como:
 - ✓ Cantidad de personas que pueden asistir al evento
 - ✓ Si es co-producido por otras instituciones o gobiernos
 - ✓ Si cuentas con un nivel de seguridad mínimo para brindar a los niños
 - ✓ El clima (lluvias, viento en excesivo)
 - ✓ La hora de la presentación (de día o de noche)
 - ✓ Contar con los permisos necesarios
- Lo más recomendable es elegir entre colegios y plazas públicas
- Las ventajas de elegir un colegio son:
 - ✓ Puedes asegurar la participación de los niños⁵, convocando a todas las secciones del colegio en una misma presentación.
 - ✓ Cuentas con un ambiente seguro para ellos y en donde se desenvuelven en confianza
 - ✓ Puedes contar con la colaboración de los maestros, y es importante, tanto por un nivel de seguridad como para asegurar luego, la réplica de los mensajes en el aula de clases.
 - ✓ En caso de imprevistos como la lluvia o viento se puede coordinar un auditorio o coliseo.
- Las ventajas de las plazas públicas radican en:
 - ✓ Al ser un espacio abierto se puede contar con la participación de los transeúntes, padres, madres y niños.
 - ✓ Es, de por sí, un espacio público que permite una mayor repercusión.
 - ✓ Es mucho más apropiado para contar con la participación de varios colegios. Se les debe convocar y coordinar su traslado.

⁵ El formato de las presentaciones está diseñado para trabajar con niños de primaria, pero pueden intervenir secciones de inicial y de 1ero y hasta 2do de secundaria.

Coordinaciones con Líderes

- Para realizar un explicación sobre los eventos a realizar e invitarlos a participar en esta.
- Se puede contar no sólo con la participación de la autoridad misma, sino a través de sus propias dependencias encargadas del tema de Lavado de Manos.
- No sólo hablamos de autoridades de Gobierno. Podemos coordinar con hospitales, organizaciones locales, instituciones sociales, universidades, institutos pedagógicos, iglesia y demás.

Contratación de servicios

Perifoneo

- El perifoneo es una forma de promoción directa y muy asumida en la mayoría de ciudades.
- Debes tener en cuenta que el servicio debe incluir la amplificación del spot sonoro y la locución de un texto de invitación al evento.
- La mayoría de servicios ofrecidos incluyen un pregonero, de lo contrario debes contar con alguien que realice esta función.
- Debes tener claro el recorrido y las horas en las cuales se realizará esta acción, y eso dependerá de las características de cada lugar. Recomendamos, sin embargo, hacer un recorrido por colegios al mediodía (hora de salida), mercados por las mañanas, y parques por las tardes. No olvidar las avenidas principales y lugares cercanos a medios de comunicación e instituciones públicas.

Colgado de banderolas

- Debes considerar que las banderolas⁶ deben ser colocadas en los lugares más concurridos, como avenidas principales, mercados, colegios, plazas, etc.
- Es mejor contratar “especialistas” que puedan colgar y descolgar las banderolas.
- En algunos lugares es necesario contar con un permiso municipal, para cada banderola, en donde se detalla el lugar de colgado y los días que permanecerán los materiales.

Amplificación de sonido

- Es mejor contratar un paquete de servicio por el total de presentaciones que se realizarán.
- Debes hacer un pequeño plan de presentación para que el sonidista esté al tanto de los momentos de la presentación y acompañar o apoyar sonoramente de la mejor manera posible.
- Se debe contratar el servicio tomando en cuenta las características de las instalaciones en donde se harán la o las presentaciones⁷.
- Un estándar de pedido es un equipo de aprox. 400 watts, 3 micrófonos inalámbricos y reproductores de cd o mp3.
- Hay lugares que padecen de cortes de fluido eléctrico o en los que acceder a un punto de corriente es muy difícil. Por este motivo, es bueno

⁶ Actualmente las gigantografías impresas en vinil son las más prácticas, rápidas y de mejor acabado. Sin embargo puedes reemplazarlas por banderolas de tela pintadas si te es más conveniente.

⁷ Para el sonidista es imprescindible conocer datos como el lugar, si es abierto o cerrado, la cantidad aproximada de gente concurrente, los puntos de luz para la toma de energía, las horas de presentación y otros.

contar con un equipo portátil de respaldo, que funcione con baterías y que cumpla las funciones mínimas de amplificación de voz y música.

- Para la presentación de Súper Jaboncín recomendamos usar micrófonos inalámbricos, ya que facilita la movilidad de los presentadores y el actor en su interacción con los participantes.

Movilidad interna

- Para el traslado de equipos a la presentación
- Para el traslado del equipo de producción
- Para movilizar colegios o instituciones al lugar de presentación, de ser el caso.

Traslado de materiales

- Es preferible contar con una lista o inventario detallado de los materiales usados.
- Esta lista servirá para el equipo de producción, para el transporte de materiales entre ciudades⁸ y para poder tener un control de los mismos.
- Recomendamos contar con un servicio de movilidad estable, de confianza y que conozca los lugares de intervención.

Refrigerios

- Sobre todo si se desarrolla más de una presentación por día o si estas implican traslados de varias horas.

Selección de actor y animadores

- Deberás seleccionar un actor que dé vida a Súper Jaboncín. El perfil de este profesional no deberá ser únicamente la actuación, sino también el manejo de público en espacios abiertos (notarán que es imprescindible esta última cualidad).
- Debes seleccionar también dos animadores del evento (de preferencia hombre y mujer⁹), que participen durante toda la intervención junto a Súper Jaboncín. Ellos son el nexo entre el personaje del superhéroe y los niños y lo asistirán al momento de organizar los grupos de participación. Es vital que los animadores y el superhéroe manejen el orden de las intervenciones (no necesariamente un guión, pero sí una estructura de participación) y realicen ensayos previos a las presentaciones.
- Con tiempo anticipado deberán definir las dinámicas de intervención y hacer los respectivos ensayos.
- El traje y los implementos deben estar presentes en los ensayos para probar la comodidad y el uso.
- La condición de contar con el mismo equipo es casi imprescindible para el caso del actor y los animadores, esto permite que vayan adquiriendo solidez en su presentación, algo que no sucede con la contratación de un personaje en cada lugar.

⁸ Para traslado interprovinciales muchas empresas de transporte solicitan una "Guía de Remisión" o lista detallada de lo embalado.

⁹ Es preferible contar con ambos géneros, ya que al momento de interactuar con los niños, pueden generar una mayor empatía y usar el recurso de las barras y equipos por géneros.

- Esto es una ventaja al presentarse por ejemplo en medios de comunicación. La experiencia acumulada de las presentaciones y más tiempo para trabajar los mensajes, las presentaciones en medios de comunicación se vuelven más ricas de información y dinámicas.

Trámite de permisos

- Cada gobierno local tiene sus propias normas sobre el uso de espacios públicos.
- Debes tramitar estas autorizaciones con el suficiente tiempo anticipado y tener en cuenta el tema de seguridad (Gobernación) para el día de cada acción.

Reuniones de coordinación

- Es necesario ir ajustando sobre la marcha (por imprevistos, características especiales del lugar o situaciones fortuitas) la producción. No podemos confiar en que el planeamiento original no sufrirá ningún cambio en el camino.
- La idea de estos encuentros es ir puliendo y visando la disposición de juegos, la forma de participación, los formatos gráficos para los materiales de promoción, la manera de distribución, el diseño de la intervención en las calles, los materiales de escenografía, las imágenes para las banderolas, el disfraz del superhéroe etc, con los diferentes grupos que intervienen en la producción
- En conjunto con los coordinadores locales debes seleccionar los lugares de alojamiento para el equipo de producción, el alquiler de los servicios de movilidad, la contratación de personal de apoyo, la selección de lugares de presentación, la invitación y coordinación con colegios, el mapeo de los medios de comunicación para realizar el plan de medios, la confirmación de los permisos necesarios en plaza como los de municipio, prefectura y comisaría, el alquiler de los equipos de sonido, el servicio de colgado de banderolas (así como el permiso municipal) y contratación de servicio de perifoneo, etc.
- Frente a los fenómenos climáticos, es necesario tomar decisiones sobre posibles modificaciones o adaptación de la implementación. Casos como fuertes corrientes de aire o la lluvia, hacen que los materiales pierdan equilibrio o se destruyan.

Coordinación con colegios

- Ya sea que los eventos se realicen en plazas o en los mismos colegios, es necesaria hacer las coordinaciones con estos, con un tiempo holgado y llevar una comunicación fluida, de tal manera que se genere la expectativa y mantenga el interés.
- Se pueden hacer visitas previas al evento llevando material de promoción, se pueden poner afiches, anunciar aula por aula la llegada del superhéroe y de ser posible el propio Súper Jaboncín puede ser quien llegue a la institución educativa para invitar a niños y maestros.
- Si el evento se desarrolla en un ambiente adecuado (auditorio, complejo o loza deportiva, por ejemplo) se puede invitar a otros colegios a participar, generando así un evento más masivo y de acuerdo a al

formato de competencia y concurso. Algo que motiva mucho mas la participación de los niños y maestros.

- Si el evento se desarrolla en plazas, es de más decir que la invitación debe hacerse a varias instituciones.
- Debemos tomar en cuenta que cuando el evento se desarrolle en plazas o en lugares fuera del entorno y horario de colegio), la seguridad asistencia de los niños se ve atravesada por la disponibilidad de los padres o de los maestros encargados. Tendremos que asumir un menor grupo de asistentes por institución y tener en cuenta al público transeúnte.

Sin embargo, una forma de asegurar la asistencia puede ser la de proveer de moviidades para el traslado de los niños y padres hacia la plaza. Esto es algo que obviamente dependerá de los montos de producción que se manejen.

Preparación de materiales para juegos

- Los juegos deben ser producidos teniendo las siguientes premisas: que sean simples y fáciles de replicar. Deben ser sencillos de entender y armar. Deben ser desmontables y del menor peso posible, para facilitar la movilización. Por otro lado, sus diseños deben mantener las mismas líneas gráficas del contenido de la campaña.

Juego 1: Eliminando a Protzo

- Acrílicos con imagen de protzo.
- Baldes (o símbolo) de agua con jabón



Juego 2. Eliminando hongos

- Display con estructura retráctil y viniles impresos. Para esta armazón se adaptaron las imágenes de los tres momentos críticos, para que sobre estos se peguen los hongos, que luego serán desprendidos por los niños.
- De no contar con el display, éste puede ser reemplazado por 3 gigantografías dispuestas sobre paredes, mallas o postes.
- Círculos de metal de aproximadamente 5 cm de diámetro, con las imágenes de la Familia Fong, con adhesivo posterior. Estos metales sirven para ser pegados luego sobre las imágenes de vinil de los tres momentos críticos.



Juego 3. Rescatando los jabones capturados por Listeria

- Para colgar los jabones se ha diseñado una armazón de tubos en forma de cubo. Esta armazón desarmable (condición necesaria para la

movilización de todos los materiales) toma la forma de una jaula en donde son colgadas las imágenes de los jabones que deberán ser “rescatados” por los niños.

- Cumpliendo con una de las condiciones de adaptación, esta armazón puede reemplazarse por un gran cordel o malla donde pueden ser colgados los jabones. También puede usarse una gran caja decorada en donde se mantienen escondidos los jabones.
- Imágenes de jabón impresas sobre un material de foam en medidas agrandadas, colgadas (mediante hilos y ganchos) de la estructura de la jaula.
- Para despegar los hongos y descolgar los jabones debes implementar varas de espuma (o material en reemplazo) con puntas de imán, de tal manera que estos elementos (hongos y jabones) de metal se adhieran y puedan ser retirados por los niños.



- Para los tres juegos se implementarán baldes de lata, decorados con imágenes de burbujas para determinar que estos contienen la fórmula del agua y jabón.
- Es necesario contar con cajas especiales para movilizar todos los materiales, tanto para que se mantengan los materiales sin daño, como para que sea fácil y poca la movilización en el transporte público.
- Es útil contar también con líneas demarcadoras que delimiten el espacio de juego. Para esto se pueden implementar topes de jebe y varas amarradas de cintas que sirvan como límite.



La producción

Aquí es donde realizas todas las acciones para llevar a cabo las intervenciones previstas y preparadas en la pre-producción

Intervenciones en plazas y calles

Perifoneo

- De acuerdo al servicio contratado. En este transmitirá el spot de campaña y el primer capítulo de la serie radial.
- Se puede aprovechar esta misma movilidad para que Súper Jaboncín realice una presentación y dinámica con el público.

Intervención en Plaza

- El súper héroe realizará su dinámica en medio de plazas y calles cercadas. Aquí, es el propio Súper Jaboncín quien anuncie su llegada a la ciudad para eliminar a los villanos bichos que han invadido el lugar.
- Como indicamos anteriormente, se puede implementar un pequeño sistema personal de amplificación portátil provisto de un micrófono inalámbrico que permita al actor un desplazamiento cómodo.
- Es buen espacio para desarrollar interacciones con los niños y adultos a través de los implementos del superhéroe.

Volanteo

- Al mismo tiempo que el superhéroe realiza su presentación, el personal de apoyo entregará el material gráfico y de promoción como son los volantes, reglas y adhesivos.
- El personal debe estar identificado con el polo oficial de la campaña.

Plan de medios

- De acuerdo a identificación y recomendación de coordinadores locales, teniendo como prioridad radios y medios escritos. Se planeará un día de recorrido con el personaje de Súper Jaboncín por los principales medios de la ciudad.
- Esta visita implica la entrega de notas de prensa y material de la campaña junto a una dinámica y posible entrevista al personaje. Debes elaborar un cronograma de visitas (uno o dos días) en conjunto con los coordinadores locales, quienes en base a su experiencia en comunicación pueden determinar las visitas o presentaciones más convenientes.
- Debes poner prioridad en aquellos programas de transmisión matutina en vivo. Hay que tomar en cuenta que los programas matutinos locales tienen mucha sintonía pero que el horario de cobertura en vivo (entre 6 y 7 de la mañana) nos da un margen apretado de tiempo para la visita a todos ellos. Es por eso que tal vez necesites más de un día para llevar a cabo este plan de medios.

Eventos de Intriga

- Realizar el colgado de banderolas en los lugares determinados
- Considerar una posible vigilancia básica, para evitar robos.

Eventos promocionales en plazas

Preparación

Delimitación de plazas

- Junto con el equipo encargado debes realizar con tiempo suficiente un reconocimiento previo de la plaza (del auditorio, o patio del colegio, de ser el caso). Para tener clara la distribución de los juegos, ubicación de los equipos, ubicación de la escenografía, ubicación de los participantes y el nivel de seguridad que brinda el lugar.
- Realizarlo con días de anticipación es buen método de previsión.
- Restringir el acceso a la zona de participación en algo que puede ser necesario como forma básica de seguridad.

Instalación de escenografía

- Ubicar las banderolas de campaña
- Ubicar las líneas de delimitación
- De contar con ellos, ubicar carteles o indicadores de promoción de los personajes.
- Tener en cuenta la visión de los niños y la disposición del espacio para realizar los juegos.

Instalación de juegos

- In situ, hay tiempo para realizar las ultimas adaptaciones (de ser necesario) a los juegos. El viento, el tiempo, el lugar usado como escenario, la visión de los niños, son factores que pueden cambiar a último momento.
- Al igual que con la escenografía, distribuye los juegos teniendo en cuenta la visión de los niños y la disposición del espacio para realizar los juegos.

Instalación de equipo de sonido

- Es necesario coordinar la instalación del sonido aproximadamente 3 horas antes de la presentación. De esta manera se tendrá el tiempo

suficiente para hacer una prueba con los equipos y resolver cualquier inconveniente imprevisto.

- No debemos olvidar tomar en cuenta la toma de luz para la energía. Coordinar la ubicación.¹⁰

Ubicación de público

- Debes tener bien delimitada (si es posible señalizada) el área en donde se encontrarán los asistentes.
- Recordar que el público infantil necesitará lugares cómodos, de buena visión y protegidos.

Preparación de personaje

- El actor debe tener listo y a la mano todos sus implementos.
- De ser posible debe hacer un ensayo con el equipo de sonido y calcular las áreas de participación con el público.
- No debe ser visto durante el ingreso de los concurrentes, ya que su entrada debe ser sorpresiva.

Evento

Llegada de colegios

- En caso que el evento se realice en un coliseo, parque o lugar público, debes disponer personal que ayude a recibir y ubicar a los niños y organizarlos de acuerdo a cada colegio o institución.
- De realizarse en un colegio, se pueden organizar por secciones o salones. Es necesario contar también con personal que supervise la ubicación y el orden.

Entrega de material de promoción

- Luego de que los participantes se encuentren ubicados, el personal destinado les entregará los volantes de campaña (de diferentes modelos).
- Es recomendable que los niños cuenten con los materiales antes del inicio de la presentación ya que de esa manera pueden ir conociendo a los personajes e involucrarse en la historia.

Ambientación previa a entrada de personaje

- Los presentadores serán los encargados de este momento.
- Se da inicio a la presentación, introduciendo a los niños en la historia de Súper Jaboncín, la amenaza de los bichos y la misión que tienen por cumplir para ese día.
- Se deben realizar dinámicas para animar a los niños, como barras, frases de apoyo y llamados.

¹⁰ Cuando los eventos son realizados en plazas públicas, se pueden disponer de tomas de luz públicas. Es necesario coordinar previamente con la autoridad a cargo para su uso.

Presentación del personaje

- De manera sorpresiva entrará Súper Jaboncín y se presentará con los niños, iniciando la propuesta de lucha contra los bichos enemigos.
- En este momento es que se inicia una interacción con las voces de los enemigos del súper héroe.
- Se escucharán sólo las voces que retan al personaje a luchar. Estas voces pueden ser realizadas por los animadores o algún otro integrante del equipo.

Los juegos

- Luego de la presentación se iniciarán los juegos
- Para cada juego se formarán equipos de 3 o 4 niños.
- Participarán 2 equipos por cada juego
- Es preferible armar los equipos en base a colegios, salones o géneros, para motivar la competencia y el involucramiento.
- El equipo ganador recibirá como premio un polo de la campaña¹¹ y todos los participantes recibirán material de promoción (volantes, stickers y reglas).
- Luego de haber participado, cada uno formará parte de la “Legión de Súper Jaboncín”.

Juego 1. Eliminando a Protzo

- Cada jugador debe encontrar y recoger a los protzos y llevarlos al agua con jabón para eliminarlos.
- Los integrantes de cada equipo dispuestos en una fila, correrán, uno por uno, para tratar de llevar al agua (también uno por uno) la mayor cantidad de protzos.
- El equipo que lleve mas bichos al agua con jabón será el ganador.

Juego 2. Eliminando hongos

- Cada jugador debe despegar los hongos de los escenarios cotidianos y llevarlos al agua con jabón
- Los integrantes de cada equipo dispuestos en una fila, correrán, uno por uno, para despegar del display y tratar de llevar al agua (también uno por uno) la mayor cantidad de hongos.
- El equipo que lleve mas bichos al agua con jabón será el ganador.

Juego 3. Rescatando los jabones capturados por Listeria

- Cada jugador debe descolgar los jabones capturados y llevarlos a la cubeta.
- Los integrantes de cada equipo dispuestos en una fila, correrán, uno por uno, para tratar de rescatar (también uno por uno) la mayor cantidad de jabones.
- El equipo que logre rescatar mas jabones será el ganador.

Concurso de baile

- Organizados por equipos o de manera libre, se hará un concurso de baile en base a la careta musical de la campaña.
- Los ganadores serán escogidos por los mismos concurrentes al evento.
- Una variación de este concurso es la participación de los profesores.

¹¹ O el premio considerado por la producción.

Despedida

- **Luego de finalizados los juegos, Súper Jaboncín agradecerá la ayuda de los niños para lograr vencer a los bichos enemigos.**
- **Los nombrará oficialmente parte de la legión de Súper Jaboncín y se despedirá de todos.**

Lista de Materiales

Materiales de Juegos

Juego1 - Protzo

ACRÍLICOS CON IMAGEN DE PROTZO	acrílico transparente, dimensiones 20 x 30 cm - frente:A4 base: 5.5 cm
	impresión según diseño (en vinil adhesivo o en grabado)

Juego2 - Listeria escondió los jabones

IMÁGENES DE JABON	foam, dimensiones: 24x14 espesor 40 milímetros, con placa de metal placa: 10x15cm y vinyl adhesivo impreso, orificio superior, según modelo
GANCHOS	ganchos de alambre plastificado, según modelo
POOL NOODLE	foam de piscina, de 7cm de diámetro x 150 cm de largo, con imán pegado a un extremo
CORDEL	soguilla de 10 metros de largo, color verde
BALDE	tacho de plástico, 120 litros aprox, con impresión según diseño

Juego3 - La familia Fong

BANNERS CON IMÁGENES DE MOMENTOS CRÍTICOS	gigantografías de 70cm x 2.24 mts , impresa según diseño (cada una), con ojales y soporte superior para colgar
ACRÍLICOS CON IMAGEN DE HONGOS	Acrílico transparente, redondo, dimensiones 7 cm diámetro
	impresión según diseño, 3 diseños distintos (10 unidades por diseño), en vinil adhesivo o en grabado

CUBETAS DE METAL	cubetas de metal 25x 17cm diámetro de base, con impresión en vinil adhesivo, según diseño
BANNERS DE CAMPAÑA	gigantografías de 1.19 x 6 metros , impresa según diseño (cada una), con ojales y soporte superior para colgar
TRAJE DE SUPERJABONCÍN	capa amarilla de 1.41 x 85 cm, según diseño
	conjunto de pantalón y polo manga larga de algodón con estampado, según modelo
	lentes transparentes
	cinturón amarillo con hebilla bordada, según diseño
	par de botas de jebe forradas, según diseño
	reloj de juguete con impresiones, según diseño
guantes de jebe amarillos	

Propuesta alternativa de materiales

Juego1 - Protzo

ACRÍLICOS CON IMAGEN DE PROTZO	<ul style="list-style-type: none">• Puede reemplazarse por micas transparentes A4.• Pintar el dibujo de Protzo con plumón indeleble y al momento de jugar se pegan al suelo con cinta adhesiva transparente.
--------------------------------	---

Juego2 - Listeria escondió los jabones

IMÁGENES DE JABON	<ul style="list-style-type: none">• Puede reemplazarse por cartón troquelado en forma de jabón pintados con plumones amarillo y negro, de acuerdo a diseño, con orificio superior.
GANCHOS	<ul style="list-style-type: none">• ganchos de alambre plastificado, según modelo
POOL NOODLE	<ul style="list-style-type: none">• vara de madera o palo de escoba con un gancho al extremo que permita descolgar los jabones
CORDEL	<ul style="list-style-type: none">• soguilla de 10 metros de largo, color verde
BALDE	<ul style="list-style-type: none">• tacho de plástico o caja de cartón.

Juego3 - La familia Fong

BANNERS CON IMÁGENES DE MOMENTOS CRÍTICOS	<ul style="list-style-type: none">• Opción 1: gigantografía impresa según diseño (cada una), con ojales y soporte superior para colgar (en pared)• Opción2: Utilizar papelotes donde, para convocar gente, se puede realizar un concurso para que se pinten los momentos críticos y el mejor dibujo queda como base para el juego.
ACRILICOS CON IMAGEN DE HONGOS	<ul style="list-style-type: none">• Las imágenes de los hongos pueden ser dibujadas en cartón y recortadas a mano.



Materiales gráficos

- Volante de presentación



- Volante de historia 1
- Regla
- Sticker



- Notas de prensa



Materiales de promoción

- Polos



Materiales de implementación

- Banderolas para calles
- Banderolas para eventos



- Disfraz de superhéroe



PARTE III: ANEXOS

- Anexo 1 – CD con diseños gráficos para la elaboración de materiales
- Anexo 2 – CD con materiales sonoros
- Anexo 3 – CD con fotos referenciales
- Anexo 4 – Letra de jingle de campaña

Anexo 1,2 y 3

CD muestra

Anexo 4

Letra de Jingle general de campaña

Niños y Súper Jaboncín:	Todos a vencer, el jabón ME da el poder Manos limpias yo tendré y bien sano creceré.
Niños:	a vencer
Súper Jaboncín	a las bacterias
Niños:	a vencer
Súper Jaboncín	a los microbios.
Niños:	a vencer
Niños y Súper Jaboncín:	hasta el bicho que no vemos Todos a vencer el jabón ME da el poder no te debes olvidar que te tienes que lavar
Súper Jaboncín	Antes de comer Y de cocinar después de ir al baño o cuando cambies un pañal Siempre debe haber. Siempre en su lugar Siempre a la mano tu jabón tiene que estar
Niños y Súper Jaboncín:	Todos a vencer el jabón te da el poder Manos limpias yo tendré y bien sano creceré Todos a vencer el jabón TE da el poder No te debes olvidar que te tienes que lavar
Locutor	Es un mensaje de la iniciativa Lavado de manos