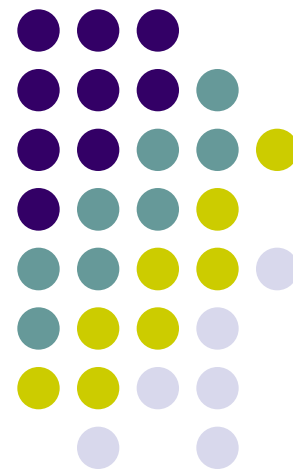


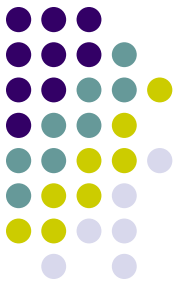
Cómo construir una opinión pública favorable a la prevención y erradicación del trabajo infantil



OIT-IPEC

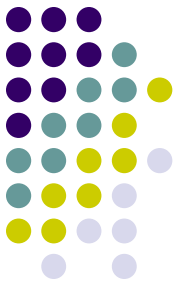
Sistema de Información Regional sobre Trabajo Infantil –SIRTI

¿Qué es la opinión pública y para qué sirve?



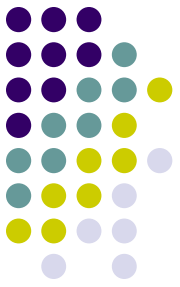
- Expresión pública de actitudes.
- Un proceso intencionado y planificado.
- Generar acción y cambios sociales.

¿Qué se necesita para generar opinión pública?



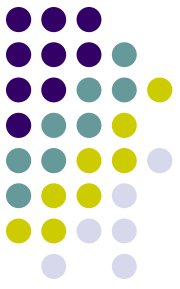
- Un tema de interés público.
- Un público que se exprese.
- Un espacio de interacción.

¿Por qué debemos preocuparnos de crear opinión pública a favor de la PETI?

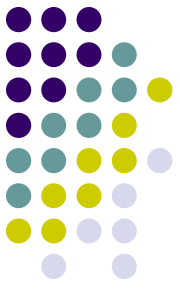


- Millones de niños y niñas son afectados.
- Persiste la justificación y la tolerancia.
- Es un tema que debe estar en la agenda social y política.
- La crisis influye negativamente en el tema.
- Hay personas e instituciones que pueden tomar acciones.

¿Qué debe buscar una estrategia de comunicación a favor de la creación de opinión pública sobre PETI?



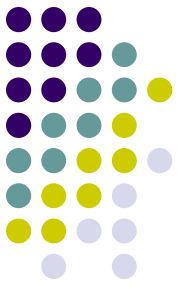
- Informar – Dar a conocer.
- Educar – Construir conocimiento.
- Movilizar – Emprender acciones.



Criterios para desarrollar una estrategia de comunicación a favor de la creación de opinión pública favorable a PETI?

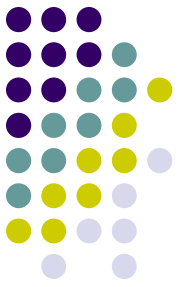
- Privilegiar la participación de todos/as.
- Contar con información confiable y actualizada.
- Tener una perspectiva intercultural.

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



1. Clarificando los conceptos.
2. Identificando las resistencias y barreras.
3. Definiendo objetivos comunicacionales precisos y alcanzables.
4. Seleccionando una buena idea conductora.

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



1. Clarificando los conceptos

- ¿Se pueden diferenciar trabajo y ayuda?
- ¿Se puede establecer la frontera entre lo formativo y lo riesgoso?

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



2. Identificando las resistencias o barreras:

- a) Trabajo e infantil son palabras con alta carga positiva.
- b) El trabajo infantil forma.
- c) El trabajo infantil ayuda en los gastos del hogar.

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?

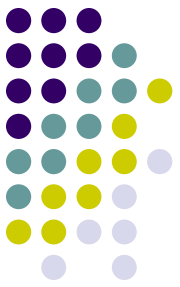


Para la barrera:

- a) Trabajo e infantil son palabras con alta carga positiva

- La estrategia de comunicación debe:
 - Precisar el valor del trabajo.
 - Convencer sobre las limitaciones que implica el trabajo infantil.
 - Motivar a la reflexión sobre las responsabilidades.

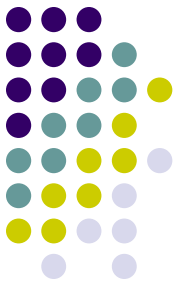
¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



Para la barrera:

- b) El trabajo infantil forma
 - La estrategia de comunicación debe:
 - Evidenciar lo que no enseña el trabajo.
 - Revalorar el conocimiento que proporciona la educación.
 - Ampliar el concepto de educación.

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



Para la barrera:

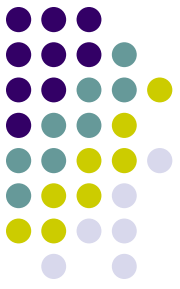
- c) El trabajo infantil ayuda en los gastos del hogar
- La estrategia de comunicación debe:
 - Argumentar los derechos que tienen los niños y niñas.
 - Evidenciar que el aporte económico infantil no saca a la familia de la pobreza.
 - Insistir en los deberes y responsabilidades de los adultos.

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



1. **Clarificando los conceptos.**
2. **Identificando las resistencias y barreras.**
3. Definiendo objetivos comunicacionales precisos y alcanzables.
4. Seleccionando una buena idea conductora.

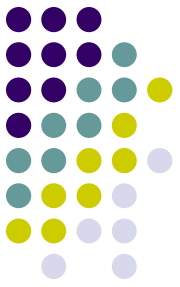
¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



3. Definiendo objetivos comunicacionales precisos y alcanzables

- Convertir la PETI en un tema público.
- Promover la participación de los niños y niñas.
- Involucrar activamente a actores clave.

¿Cómo promover corrientes de opinión pública favorable a la PETI?



4. Seleccionando una buena idea conductora

- Saber qué piensa y siente el público.
- Tomar en cuenta los significados culturales.
- Evidenciar el beneficio o acción.
- Usar un lenguaje claro, práctico, cercano.