



Campaña de Comunicación ***“Alto al Bullying”***

Del 31 de mayo al 28 junio del 2018

Justificación

- El Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica desde agosto de 2017 ha iniciado el trabajo y desarrollo de una campaña de comunicación nombrada “Alto al Bullying”, el desarrollo de dicha campaña cuenta con la participación y el aporte de profesionales en Psicología de gran trayectoria y expertos en el tema, además se han analizado y valorado los protocolos de actuación del MEP como parte importante para el abordaje del mismo.
- Dicha campaña de comunicación es elaborada en coordinación con las agencias: *ComDigital AIC S.A.*, *Novagraf Comunicación* y *Lev Signature Communication and Events*, empresas altamente ligadas a campañas de comunicación que aporten a problemáticas sociales y quien han desarrollado campañas de este tipo de temas con UNICEF y recientemente la campaña para la prevención de niños quemados del Hospital Nacional de Niños de Costa Rica.





Objetivo General:

- Generar conciencia sobre el tema del Bullying en la sociedad costarricense y posicionar la Psicología como una disciplina atinente en la atención y abordaje de Bullying.

Objetivos específicos:

- Sensibilizar sobre la realidad que sufren los chicos(as) cuando se exponen o viven situaciones de Bullying.
- Educar sobre los mitos que existen alrededor del tema del Bullying
- Validar las acciones, abordaje y medias para prevenir situaciones de bullying.

Público Objetivo:

- La víctima,
- El Victimario (Bully)
- Los Cómplices.
- Docentes y administrativos de Centros de Educativos.
- Padres de familia.

Generación de Contenido para la Campaña

- Como matriz de generación de contenidos se estableció trabajar con un listado de los mitos presentes en la sociedad y su correspondiente realidad desde el estudio psicológico, de esta manera se refuerza el mensaje al usar las “verdades ocultas” presentes en el discurso social.

Mitos	Realidades
“bullying es un conflicto”	Es falso el bullying es violencia Bullying no es un acto puntual, es un acto repetitivo, premeditado y con intencionalidad.
“es cosa de chicos(as)”	No forma parte de las etapas de crecimiento, nadie debería pasar por violencia.
“los prepara para la vida los hace fuertes”	La violencia no forma carácter. La violencia no prepara a nadie para la vida. Genera trauma, crea falsas visiones de cómo es la vida que no es estarse defendiendo.
“tiene baja autoestima”	La percepción de la baja autoestima no es una causa es una consecuencia del daño creado. La víctima no es culpable menos responsable. La cotidianidad no permite ver con facilidad los cambios y el comportamiento de los chicos(as).

- Elaborados por: Ingrid Naranjo, Vocera del CCPCR. Oficina de Comunicación, Oficina de Capacitación y Departamento de Servicio al Colegiado del CPPCR.

Generación de Contenido para la Campaña

Mitos	Realidades
“tiene problemas en su casa” o “no es cierto mi hijo(a) no hace bullying”	No todos los casos, en un porcentaje pequeño de los casos se ha identificado que exista una relación al comportamiento familiar y que lo refleja en los centros educativos. La información los chicos(as) la reciben de los distintos entornos en los que viven, sociales, educativos y digitales.
“no son normales”	Le pasa a los chicos(as) que tienen alguna características de: obesidad, discapacidad, orientación sexual, religión y etnia...
“es un tema de buenos y malos siempre han existido bandos”	Es incorrecto no es correcto hacer bullying, porque si no polarizamos y justificamos.
“el bullying son golpes”	Si bien existe la violencia física y se manifiesta por medio de golpes la secuela es psicológica, el golpe se quita pero lo psicológico continúa.

- Elaborados por: Ingrid Naranjo, Vocera del CCPCR. Oficina de Comunicación, Oficina de Capacitación y Departamento de Servicio al Colegiado del CPPCR.

Generación de Contenido para la Campaña

Mitos	Realidades
“también se da fuera de la institución”	El victimario al conocer el entorno y las limitaciones de continuar con el comportamiento busca espacios donde poder continuar con la agresión.
“Mi hijo(a) sabe que él no se debe dejar de nadie” “mi hijo(a) tiene que aprender a defenderse”	¿Qué es no dejarse de nadie, irrespeto, agresión? Lo correcto es enseñarle reconocer cuando debe defenderse, la defensa puede ser acto de agresión o violencia por tanto sea generada
“no hay que hacer caso ignorar es la clave”	No se debe ignorar la situación, esto puede aumentar la agresión por parte del victimario, no hacer nada e ignorar es sumarnos al pacto de silencio es contribuir a que la dinámica no sea visibilizada
“eso lo está inventando” o “quiere llamar la atención”	Crea a la persona que le cuenta que hace la denuncia después se debe identificar si el relato es cierto o no, no podemos partir de la idea que todo el que denuncia busca llamar la atención o manipular.

- Elaborados por: Ingrid Naranjo, Vocera del CCPCR. Oficina de Comunicación, Oficina de Capacitación y Departamento de Servicio al Colegiado del CPPCR.

Generación de Contenido para la Campaña

Mitos	Realidades
“No le digo a nadie porque soy yo el raro(a) que lo toma mal”	No es cierto es una enseñanza en la cual la víctima se culpabiliza y que se merece lo que le pasa.
“La víctima es la que ocupa ayuda”	Todos los actores del bullying víctimas victimarios y cómplices requieren atención y tratamiento porque todos comparten miedo y vergüenza.
“Yo no me meto porque no es conmigo”	Aunque no sea directamente con usted existe una afectación, si es con nosotros.
“pasa mientras lo permitas”	No es cierto que la víctima permite que lo violenten, las personas que sufren bullying se les enseña a no defenderse el bullying es un proceso de victimización.

- Elaborados por: Ingrid Naranjo, Vocera del CCPCR. Oficina de Comunicación, Oficina de Capacitación y Departamento de Servicio al Colegiado del CPPCR.

Elementos de la Campaña

La campaña #AltoalBullying es una campaña 360°, ya que incluye diferentes acciones que nos permite llegar al público meta a través de variedad de medios.



1. Publicity

Se llevó a cabo una conferencia de prensa el día del lanzamiento, posteriormente se realizó gestión de prensa y visita a medios de comunicación.



2. Publicidad

Se seleccionó un mix de medios de radio, televisión por cable y plataformas digitales.



3. Plataformas digitales

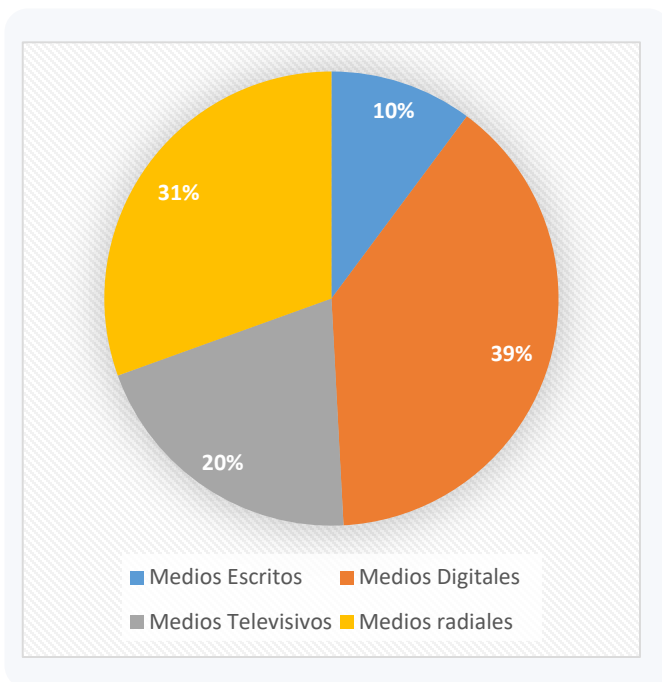
Se generó contenido para distribuir por Facebook y se desarrolló un sitio web informativo



4. Patrocinadores - Captación de fondos

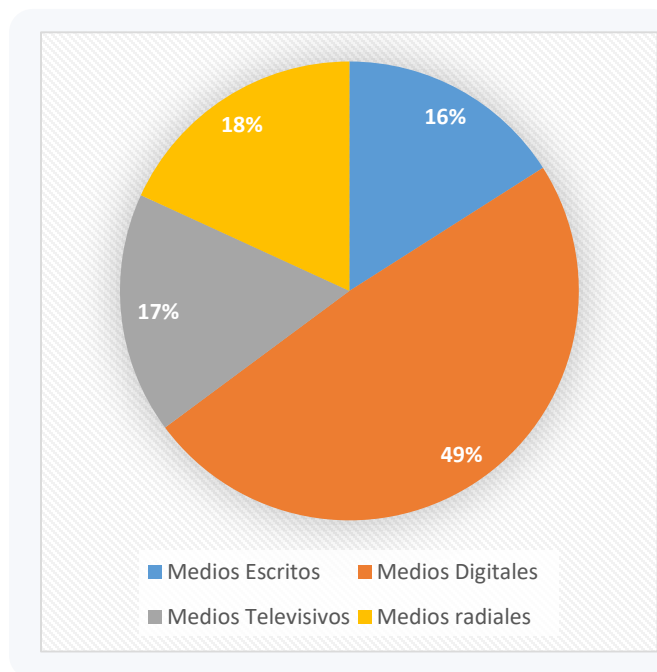
Se buscó las empresas que brindaran los fondos para llevar a cabo la campaña.

1. Publicity



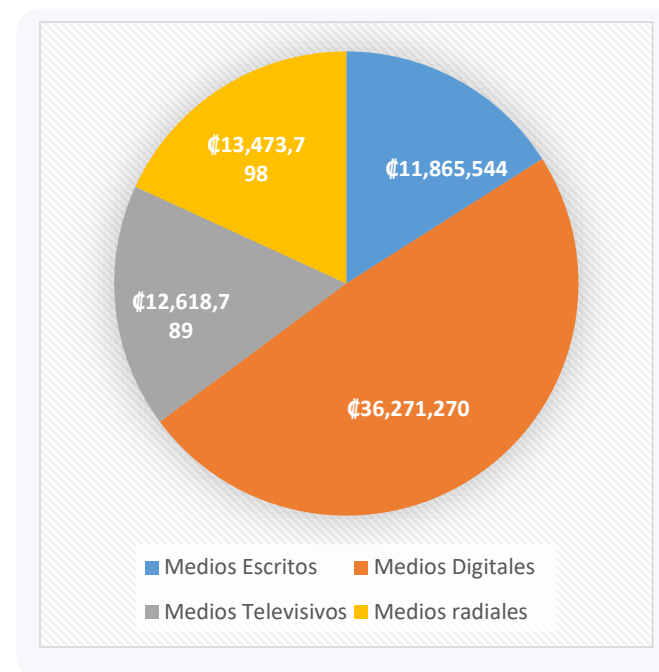
CANTIDAD DE PUBLICACIONES

Al 25 de junio hubo 59 publicaciones.



PRINCIPAL FUENTE DE ROI

50% de las notas informativas fueron publicadas en por medios con presencia digital. El siguiente 50% se dividió casi en parte iguales entre radio, televisión y medios escritos.



TOTAL DEL ROI

El valor publicitario total es de **€ 74.229.401** (este monto se logro por gestión de medios, es el monto que representa el total de espacios de participación que no fue pago)

1. Publicity



1. Publicity

Conferencia de prensa



bullying

Conferencia de prensa

Llamado a la población

**El bullying
MATA**

Debemos saber qué es,
detenerlo y prevenirlo

Lugar: Colegio Profesional
de Psicólogos de Costa Rica

Fecha: Jueves 31 de mayo
Hora: 9:30 a.m.

1. Publicity



1. Publicity


Log in | Regístrate | Suscríbete

PÁGINA 2
NACIONALES
MAGAZINE
ACCIÓN
INVERSIONISTA
DESTACADAS
BLOGS
OPINIÓN

ÚLTIMA HORA

Colegio de Psicólogos busca erradicar 16 mitos sobre bullying

Karla Barquero kbarquero@larepublica.net | Jueves 31 mayo, 2018 04:17 pm




14:39 Periodistas critican propuesta de Jonathan Prendas para sancionar ofensas en redes sociales


Inicio
Cruceaste
Turismo & Negocios
Cultura
Educación
Ambiente



Más de 6 mil nuevos préstamos para educación en todo el país. ¡Solicítalo el tuyo ya!

Call Center 2527-8600
www.conape.go.cr
ConapeCR ConapeCR

MEP y Colegio de Psicólogos se unen para decir ¡Alto al bullying!



“Alto al bullying: No expresemos a que sea tarde”, es el nombre de la campaña que presentó el Colegio de Profesionales en Psicología para hacer un llamado a la ciudadanía a detener y prevenir el bullying en Costa Rica.

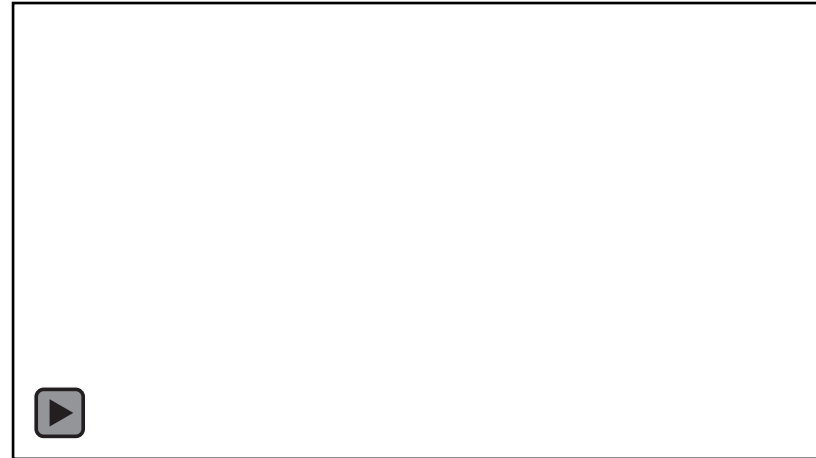
2. Publicidad en

Radio



<https://soundcloud.com/cppcr/cuna-radial-campana-alto-al-bullying>

Televisión.



<https://youtu.be/d-uShNQnvwc>

2. Publicidad en Prensa

Martes 5 de junio, 2018 / LA REPUBLICA



bullying
/bɒl·in/

Las palabras y las actitudes duelen igual que un golpe, pero continúan haciendo daño mucho tiempo más.

Denuncie al OJ 800-8000645

¡mep

ALTO al bullying. No esperemos a que sea muy tarde

Logos: ASSA, PACO, HONDA, Banco General, CIMA, telecable, T. TERRITORIO PSICOLÓGICO



bullying
/bɒl·in/

Las heridas sanan, pero las palabras son para siempre

Denuncie al OJ 800-8000645

¡mep

ALTO al bullying. No esperemos a que sea muy tarde

Logos: ASSA, PACO, HONDA, Banco General, CIMA, telecable, T. TERRITORIO PSICOLÓGICO



bullying
/bɒl·in/

Estemos atentos. La mayoría de los niños y niñas no van a hablar del Bullying

Denuncie al OJ 800-8000645

¡mep

ALTO al bullying. No esperemos a que sea muy tarde

Logos: ASSA, PACO, HONDA, Banco General, CIMA, telecable, T. TERRITORIO PSICOLÓGICO

2. Publicidad: Resultados en Pauta Publicitaria

3.738.400 de personas alcanzadas



TeleCable

En esta cadena de televisión por cable se realizó una elección de medios segmentados a nuestro público meta y en total el anuncio apareció 240 veces y se alcanzó a 600 mil personas.



Radio

La pauta apareció en 99.9, 95.5, 103, 89.1, y en total se publicaron 450 anuncios con los que se alcanzó a 1.405.000 personas.



Medios escritos

Se contrató publicaciones en los periódicos La República, La Nación y Diario Extra y se alcanzó a 1.733.400 personas.

3. Plataformas Digitales

- Gráficas de la campaña utilizadas en los diversos medios digitales, red social de Facebook.



bullying /bʊl·in/

“Proceso de victimización sistemático y recurrente, en el cual un estudiante se convierte en el foco de todo tipo de agresión y violencia verbal, física y psicológica.

★ **cyberbullying**

Bullying que se realiza por medio de las redes sociales. Se apoya en el anonimato. En el Cyberbullying la agresión y violencia son psicológicos y continúan después de terminada la jornada escolar/colegial.

Logos: ASSA, FACO, HONDA, Banco General, mep, CIMA, telecable, TERRITORIO PSICOLÓGICO, Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica.

ALTO al bullying. No esperemos a que sea muy tarde



bullying /bʊl·in/

Las palabras y las actitudes duelen igual que un golpe, pero continúan haciendo daño mucho tiempo más.

Denuncie con el OIJ
800-8000645

Logos: mep, Colegio de Profesionales en Psicología de Costa Rica.

ALTO al bullying. No esperemos a que sea muy tarde

Logos: ASSA, FACO, HONDA, Banco General, CIMA, telecable, TERRITORIO PSICOLÓGICO.

3. Plataformas Digitales

- Gráficas de la campaña utilizadas en los diversos medios digitales, red social de Facebook.



3. Plataformas Digitales

- Gráficas de la campaña utilizadas en los diversos medios digitales, red social de Facebook.



3. Plataformas Digitales

- Gráficas de la campaña utilizadas en los diversos medios digitales, red social de Facebook.



3. Plataformas Digitales

- Gráficas de la campaña utilizadas en los diversos medios digitales, red social de Facebook.

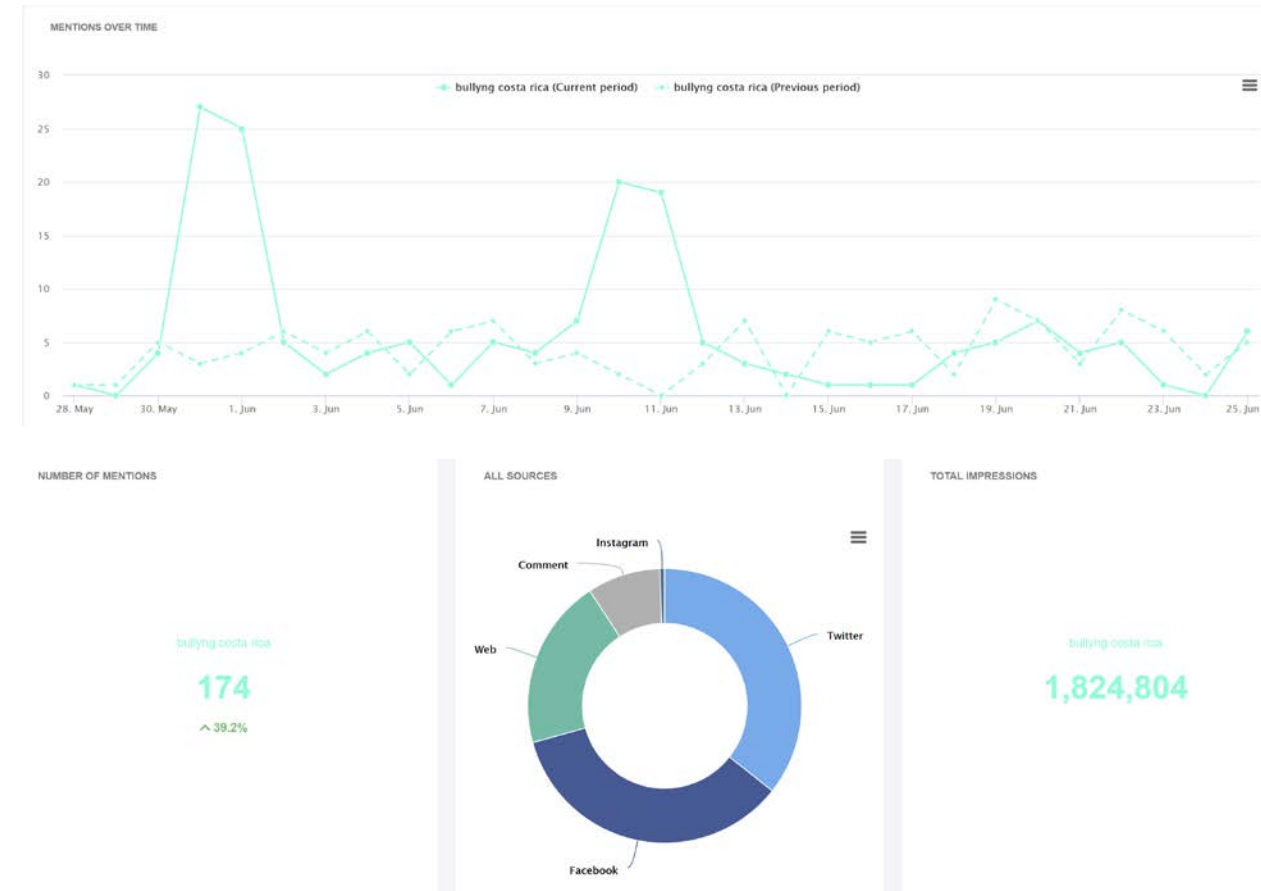
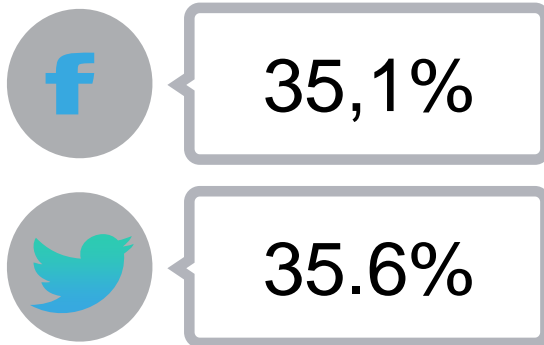


3. Resultados en Plataformas Digitales

Bullying en Costa Rica en la WEB

Menciones:

Hubo **174 menciones** de la palabra Bullying en plataformas digitales del 29 de mayo al 25 de junio, relacionado a Costa Rica. Es decir un **39.2%** más que periodos anteriores y **1.824.804** impresiones.



3. Resultados en Plataformas Digitales

Influenciadores por número de menciones

El Colegio de Profesional de Psicólogos encabeza la lista de influenciadores por menciones en Facebook, seguido por el Ministerio de Educación.

En la web Diario Extra y Nación realizaron la misma cantidad de menciones, sin embargo CRHoy con menos menciones es la publicación con más comentarios..

TOP INFLUENCERS BY SOURCE					
Facebook		Web	Twitter	Comment	
COLEGIO PROFESIONAL DE PSICÓLOGOS DE COSTA RICA	25	DIARIOEXTRA.COM	7	@AMPRENSACOM	5
		NACION.COM	7	@ELMUNDOCR	3
MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA MEP	6	LAPRENSALIBRE.CR	4	@BSFCOSTARICA	2
		TELETICA.COM	4	@MARLENETICA	2
AM PRENSA	4	CRHOY.COM	3	@VICKYLUNASALAS	2
LA PRENSA LIBRE	4	AMELIARUEDA.COM	2	@ADRI SOLIS	2
CRHOY.COM	4	MOMENTOSRELOJ.CO.CR	2	@DIARIOEXTRACR	1
NOTICIAS REP RETEL COSTA RICA	3	COLUMBIA.CO.CR	1	@LA_REPUBLICA	1
		ELPAIS.CR	1	@VENEZOLANOCR	1
TELENOTICIAS	3	LAREPUBLICA.NET	1	@VALERIA ROJASZA	1
DIARIO EXTRA	2				

3. Resultados en Plataformas Digitales

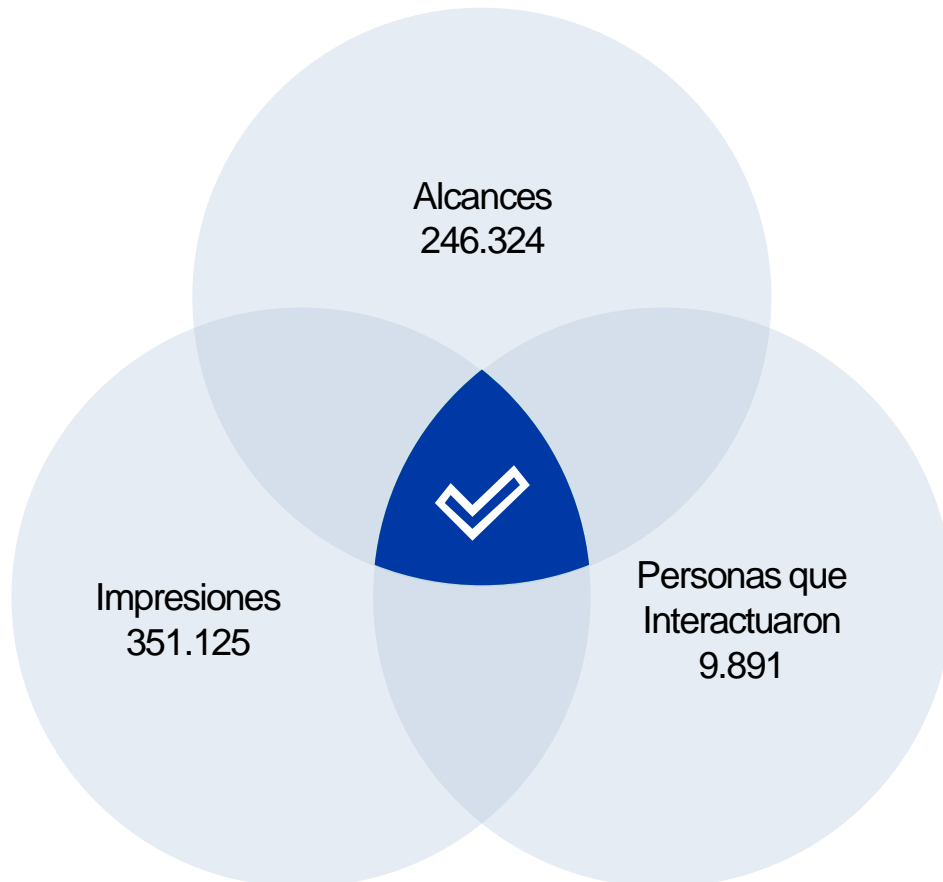
Influenciadores por personas alcanzadas

TOP INFLUENCERS BY REACH					
Facebook		Twitter		Web	Instagram
TELENOTICIAS	83,452	@ESCAPEVISUAL	60,854	CRHOY.COM	36,419
CRHOY.COM	78,609	@NOTICIAREPRETEL	23,094	MEP.GO.CR	32,330
NOTICIAS REPRETEL COSTA RICA	59,035	@LA_REPUBLICA	6,990	TELETICA.COM	6,297
TELETICA	58,531	@DIARIOEXTRACR	4,277	NACION.COM	5,147
DIARIO EXTRA	50,627	@ERISLAILES	4,083	DIARIOEXTRA.COM	3,898
EXTRA TV 42	33,070	@EMPATHYEMBREY	2,880	AMELIARUEDA.COM	3,037
LA PRENSA LIBRE	19,533	@LAPRENSALIBRECR	2,455	LAREPUBLICA.NET	2,366
MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA MEP	18,081	@ELPAISCR	1,707	LAPRENSALIBRE.CR	1,525
LA REPÚBLICA	16,345	@ELMUNDOCR	727	ELPAIS.CR	893
NOTICIAS MONUMENTAL	7,778			MONUMENTAL.CO.CR	667

Telenoticias, Repretel, CRHoy y el MEP alcanzaron 253.904 personas en total. Sin embargo al sumar el total de publicaciones en la web, el alcance logrado fue de 1.651.782 personas.

3. Resultados en Plataformas Digitales

¿Qué se logró en Facebook?



✓ Alcances

Arriba del cuarto de millón de personas fueron alcanzadas por medio de Facebook.

✓ Impresiones

Las publicaciones tuvieron alrededor de 350 mil impresiones

✓ Personas que interactuaron con los post

Según la información estadística de Facebook, casi 10 mil personas interactuaron con el contenido publicado.

3. Resultados en Plataformas Digitales

¿Qué se logró en Facebook?



3. Resultados en Plataformas Digitales

¿Qué se logró en Facebook?



olegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica...

#BullyingMata por eso desde hoy lanzamos la campaña #AltoalBullying e
n aliados que también quieren generar conciencia sobre esta situación de

- ¿Cuántas reproducciones?

Durante la campaña se publicó 18 vídeos los cuales generaron **31.700 reproducciones** o que es lo mismo que **9.800 minutos reproducidos**

- ¿Qué significa?

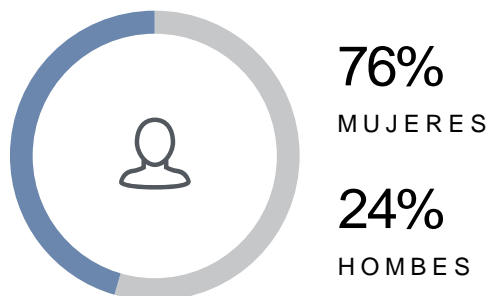
Si esta misma cantidad de minutos hubieran sido pautados en televisión abierta, se hubiera requerido de una inversión aproximada de **\$2 millones**.

3. Resultados en Plataformas Digitales

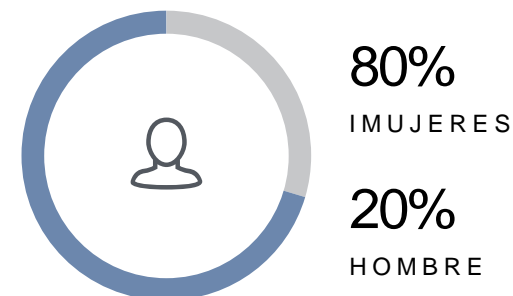
El Colegio aumento su imagen en redes sociales



Seguidores



Interactuaron



Crecimiento

El perfil reportó un crecimiento del **4%** durante el periodo de la campaña con respecto a inicio de mayo. Lo importante a resaltar aquí es que este crecimiento fue orgánico, es decir no se pagó por estos fans.

El perfil llegó a tener **18.847 seguidores**.

La comunidad está conformada por mujeres entre los 18 y los 44 años de edad, sin embargo entre quienes interactuaron con el contenido mayoritariamente son mujeres entre los **25 y los 54** años de edad.

3. Resultados en Plataformas Digitales

Sitio Web www.psicologiacr.com/bullying

Se generó un ingreso de más de 700 personas

En el sitio se reunió información sobre bullying, patrocinadores y recomendaciones



ATROCINADORES

VIDEO



ESPECIALISTAS



4. Patrocinadores

- Esta campaña fue desarrollada gracias a los siguientes patrocinadores, quienes aportaron todo el recurso financiero para el desarrollo de la campaña:



4. Patrocinadores

Resultados de los vídeos de los patrocinadores



Dr. Alejandro Ayón L.
DIRECTOR MÉDICO HOSPITAL CIMA

Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica: Patrocinador #AltoalBullying...

El acoso escolar o bullying se mantiene debido a la ignorancia o pasividad de las personas que rodean a los agresores y a las víctimas sin intervenir firme y directamente y con el objetivo de mantener a la mayor cantidad de personas informadas es que el...

Hospital CIMA



1.880



474



5.816



Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica: Patrocinador #AltoalBullying...

En ASSA creemos que el bullying es un acto de violencia que atenta contra los niños y adolescentes de nuestro país, por lo que creemos que de ninguna manera podemos aceptar que se ponga en riesgo su bienestar y bajo esa premisa es que se unieron al...

ASSA Seguros



6.186



438



9.683



Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica: Patrocinador #AltoalBullying...

Entre los valores que promulga la empresa FACO de Costa Rica está el respeto y eso los motivó a formar parte de la campaña #AltoalBullying

FACO



2.648



687



9.352

4. Patrocinadores

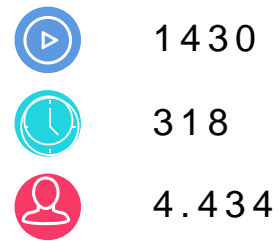
Resultados de los vídeos de los patrocinadores



Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica: Patrocinador #AltoalBullying...

Sus Buenos Vecinos, política de responsabilidad social empresarial del Banco General Costa Rica promueve los valores dentro de estudiantes en zonas de riesgo y es por eso que se unen al llamado llamado de #AltoalBullying.

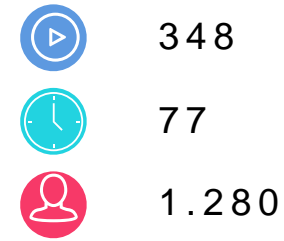
Banco General




Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica: Patrocinador #AltoalBullying...

El bullying mata, es una realidad que vive Costa Rica y es por eso que Telecable Costa Rica se une al llamado para que estemos atentos al actuar de nuestros hij@s.

TeleCable





Actividades gremiales realizadas en torno a la campaña.

Taller sobre Bullying

- Los 16 mitos del Bullying, insumo de Campaña de Comunicación. Ingrid Naranjo, Vocera del CCPCR.
- Protocolos, abordaje, prevención. Marcela López, CCSS.
- Protocolo de Actuación en situaciones de Bullying del MEP. Abordaje y prevención. Susana Mora - Convivencia Estudiantil MEP.

TALLER SOBRE EL BULLYING

Fechas: 21 de Junio del 2018

Hora: 6:00 p.m. a 8:00 p.m.

Lugar: Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica

Inversión: Gratuita

Dirigido a: Profesionales en Psicología activos y al día con la institución.

Justificación: En el país se registra más del 60% de estudiantes que han sufrido de Bullying en su centro de estudio en cualquiera de sus formas, por esta razón el Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica en el marco de la campaña de comunicación “Alto al Bullying” impartirá un taller en el cual se presentará la Prevención, los 16 Mitos que sostienen la dinámica, el Protocolo de Actuación en situaciones de Bullying del Ministerio de Educación Pública y el Abordaje a niños, niñas y adolescentes.

Inscripción en www.psicologiacr.com

ALTO al bullying
No esperemos que sea muy tarde




Actividades gremiales realizadas en torno a la campaña.

Temas: I Jornada Nacional contra el Bullying

- Promoción del CPPCR con la campaña de comunicación “Alto al Bullying”. – Waynner Guillén Jiménez, Presidente CPPCR.
- Concepto del Bullying. Los 16 mitos del Bullying, insumo de Campaña de Comunicación. Ingrid Naranjo, Vocera del CCPCR.
- Presentación de la Ley 9404: [“Ley para la prevención y el establecimiento de medidas correctivas y formativas frente al acoso escolar o “bullying”](#). Carolina Celada, Centro Costarricense de Atención al Bullying.
- Abordaje desde la psicología clínica. Consulta privada. Paola Vargas, Territorio Psicológico.
- Protocolo de Actuación en situaciones de Bullying del MEP. Abordaje y prevención. Marina Cruz, MEP.
- Protocolos, abordaje, prevención. Sadie Steele Chaves, CCSS.
- Mesas de trabajo: Metodología Grupo nominal. Seydi Segura Garbanzo. Comisión de Salud Mental. [\(ver resultados de mesas de trabajo\)](#).

Generación de resultados Interinstitucionales


REPÚBLICA DE COSTA RICA
MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
Despacho Viceministra Académica

San José, 30 de mayo del 2018
DVM-AC-0655-05-2018

Señor
Weiner Guillén Jiménez
Presidente
Colegio Profesional de Psicólogos de Costa Rica

Estimado señor:

Reciba un cordial saludo de mi parte. En atención al oficio CPPCR-JD-126-2018, solicitando el análisis de productos para divulgación de la campaña publicitaria "Alto al Bullying" a realizarse entre las fechas comprendidas del 31 de mayo al 30 de junio del presente año, me es grato informarle, que este Despacho, avala la iniciativa planteada en relación con los siguientes recursos:


- Doce gráficas con mensajes que se utilizarán en la pauta de medios.
- Las cuñas con los mensajes para difundir en medios de comunicación.
- La I Jornada Nacional contra el Bullying, organizada por el CPPCR planteados en la campaña a realizarse el día 28 de junio del presente año.

En referencia con la jornada me permito indicar que el departamento de Convivencia Estudiantil confirmó la participación ya que la temática es congruente con lo dispuesto por el Ministerio de Educación.

La autorización del permiso respectivo y el control interno sobre el cumplimiento de las medidas compensatorias, le corresponde al director del centro educativo, bajo la supervisión de la Dirección Regional perteneciente.

Cordialmente,


Guiselle Cruz Maduro
Viceministra Académica
Ministerio de Educación Pública


C. Sra. Kellie Grosser, Directora de Vida Estudiantil
Archivo Correspondencia

Teléfono: 2256-8132 Ext 1000 Fax: 2256-1260 / 2256-8860



El contenido de la campaña será utilizado en nuevos programas llamados **"Al Cole sin Bullying"**, y desarrollados por el Programa Nacional de Convivencia de la Dirección de Vida Estudiantil del MEP.

La campaña contó con una Declaratoria de Interés Educativo por parte del MEP.

Generación de resultados Interinstitucionales



Durante la vigencia de la campaña se compartió comunicación con el OIJ quienes nos contactaron para conocer lo alcances de la campaña dado que estaban recibiendo una cantidad importante de denuncias.

Generación de resultados Interinstitucionales

Como actividades post-Campaña el Colegio de Profesionales en Psicología a conformado un equipo de expertos en el tema conformado por:

- Sender Herrera Sibaja.
- Ingrid Naranjo.
- Gabriela Garro Sáenz.
- Massiel Arroyo.

Este equipo desarrolló talleres a estudiantes en escuelas públicas, bibliotecas públicas, charlas a padres, docentes y colaboradores de empresas.

Las empresas con las que se gestionaron estas actividades son:



Agradecimiento especial a todas las organizaciones
que hicieron posible este esfuerzo.



“No nos quedemos callados. Basta de Bullying”