

Campaña MTV EXIT:

Para crear conciencia sobre la prevención
de la Trata de Personas



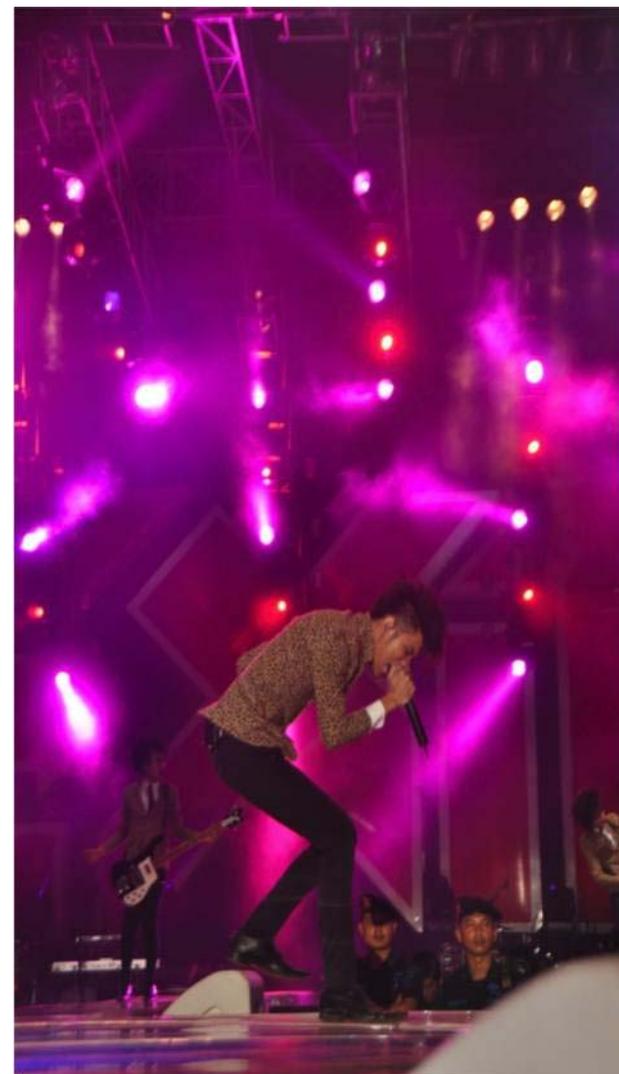


USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



CAMPAÑA MTV EXIT

- ❑ Una campaña educativa innovadora y vanguardista para crear conciencia e incrementar la prevención contra la trata de personas y la explotación.
- ❑ Aprovecha el poder y la influencia de la música, videos y celebridades, creando contenidos galardonados en línea, al aire y en terreno.
- ❑ La campaña de concientización más grande del mundo sobre la trata de personas que llega a millones de personas.
- ❑ Ha probado cambiar positivamente el conocimiento, las actitudes y comportamiento previsto hacia la trata de personas.





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA MTV EXIT

CONTENIDO MEDIÁTICO

La audiencia es identificada, segmentada y dirigida específicamente.

El contenido de medios masivos (programas de televisión y radio) se produce y difunde a través de múltiples canales (medios electrónicos/ digitales)

EVENTOS EN VIVO

Producción de eventos nacionales en vivo donde poder enfocar las campañas nacionales contra la trata de personas.

Giras locales facilitan una plataforma para difundir mensajes contra la trata de personas dirigidas a sectores vulnerables en zonas sin acceso a medios masivos de comunicación

COMPROMISO JUVENIL

Se involucra a la juventud. Se construye comunicación y capacidad de liderazgo a través de la capacitación.

Los jóvenes son movilizados para participar en iniciativas de comunicación contra la trata en sus propias comunidades

Se establecen y mantienen redes de jóvenes contra la trata .

COMUNICACION ESTRATEGICA

Se involucra a socios aliados influyentes para mejorar la ejecución de la campaña

Se informa a los aliados influyentes sobre la contribución e impacto de las campañas de los medios de comunicación en la prevención de la trata de personas.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



RESUMEN DE ACTIVIDADES MTV EXIT

MTV EXIT EUROPA: 2004-06

Documentales, anuncios de servicio público, videos musicales & conciertos

MTV EXIT ASIA DEL SUR: 2006-13

Documentales, anuncios de servicio público, dramatizaciones, giras y participación en línea

MTV EXIT ASIA DEL PACIFICO: 2006-12

Documentales, animación, series de ficción, conciertos, anuncios de servicio público, jornadas nacionales de jóvenes, giras, videos musicales y participación en línea

MTV EXIT AMERICA LATINA : 2011-12

Documentales, Videos Musicales y Participación en línea

MTV EXIT RUSIA: 2011-2013

Dramatizaciones, Participación Juvenil & Participación en línea

MTV EXIT IMPACTO EN CIFRAS

236,000,000: La programación de MTV EXIT ha sido vista en todo el mundo en los canales de MTV, emisoras asociadas, y en línea

100: programas de televisión MTV EXIT producidos en Asia

32: lenguajes de programación MTV EXIT

140,000: Personas alcanzadas por la programación de MTV EXIT a través de **organizaciones de lucha contra la trata** como ARTIP y UNIAP

4,000: Fiscales, jueces y policías capacitados usando la programación de MTV EXIT

30: conciertos MTV EXIT producidos a lo largo de Asia

550,000: Personas que han asistido a conciertos de MTV EXIT en Asia

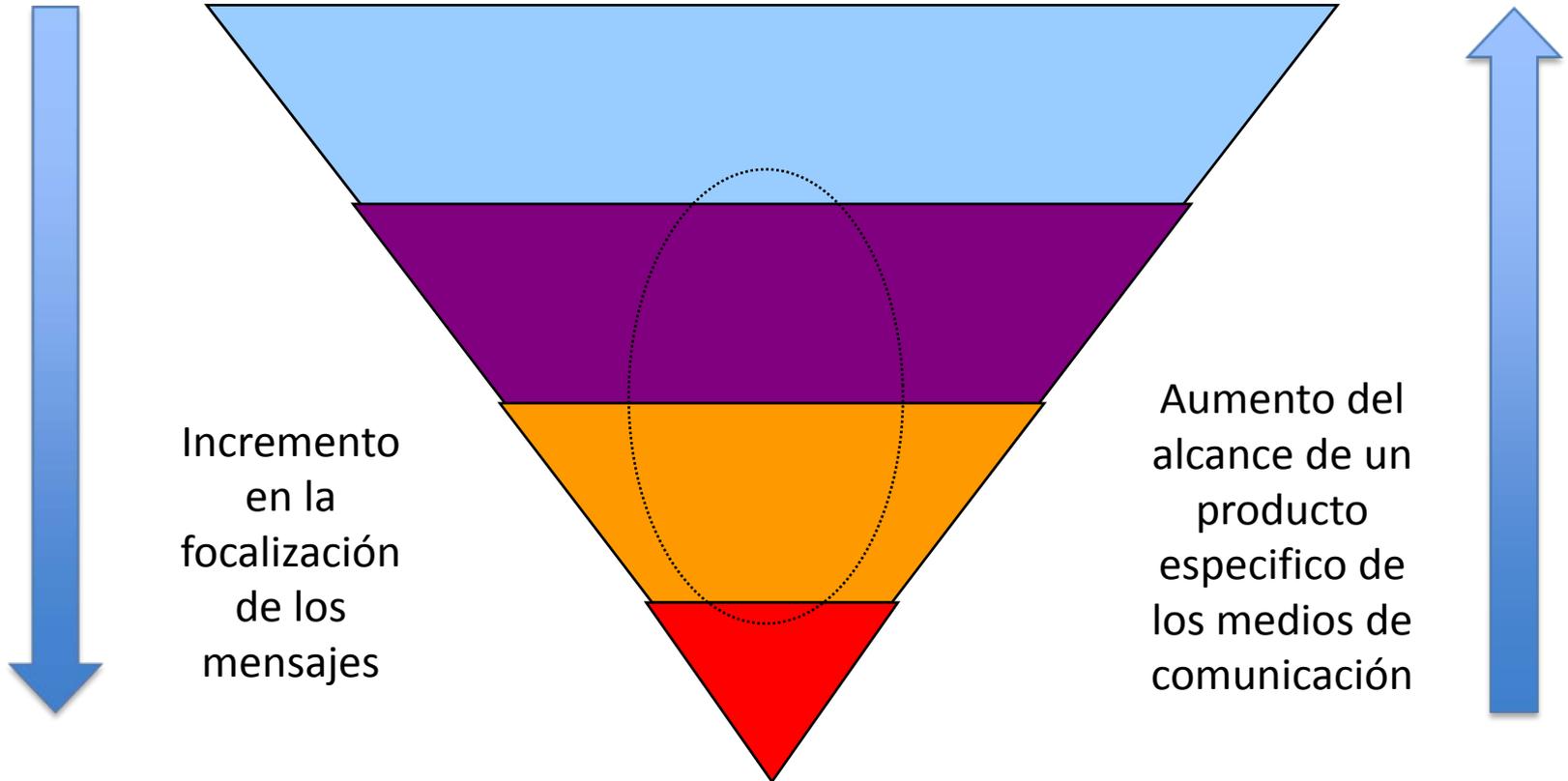
4,500,000: Personas que han participado en MTV EXIT en línea

102,000: Personas conectadas con MTV EXIT a través de Facebook

10,000: Miembros de comunidades en riesgo alcanzadas directamente en **3 Giras**

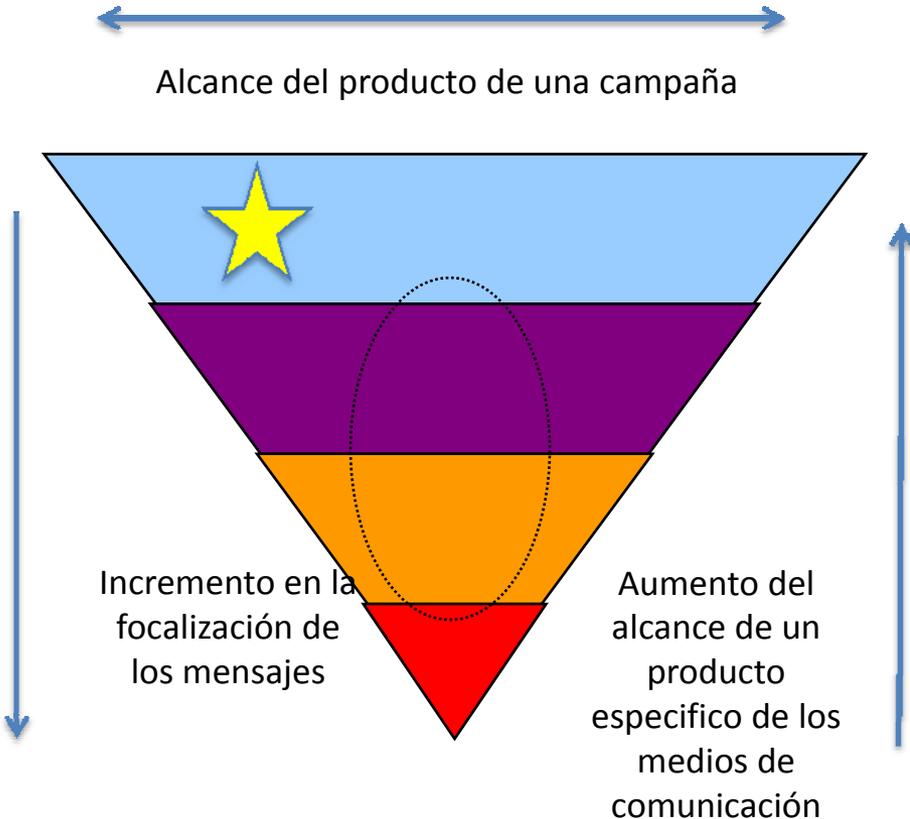


Alcance del producto de una campaña





Mayor número de mensajes genéricos que conectan con grandes grupos de personas. Estos productos tienen la habilidad de llegar a millones de televidentes a través de grandes regiones geográficas y por lo tanto el contenido del mensaje es más amplio. Esto se logra a través de la producción de videos musicales y otros programas que cuentan con celebridades reconocidas internacionalmente.





facebook

Search



EXIT
END EXPLOITATION
AND TRAFFICKING
WWW.MTVEXIT.ORG

MTV EXIT

Wall Info Photos Boxes Video Events

Share: Status Question Photo Link Video

MTV EXIT + Others Just MTV EXIT Just Others Settings

EXIT MTV EXIT The 3rd Mekong Youth Forum on Human Trafficking and Migration (MYF3) started yesterday with an impressive showcase of performers from around the region. MTV EXIT is thrilled to be a part of MYF3 to bring together youth from all over to take action! To learn more about MYF3 go to www.mekongyouthforum.com

Mekong Youth Forum on Human Trafficking | Mekong Youth Forum
www.mekongyouthforum.com
The 3rd Mekong Youth Forum on Human Trafficking and Migration (MYF3) is a regional event hosted by the Government of Thailand and co-organised by the International Labour Organization (ILO), World Vision, Save the Children UK, and the United Nations Inter-agency Project on Human Trafficking (UNIAP).

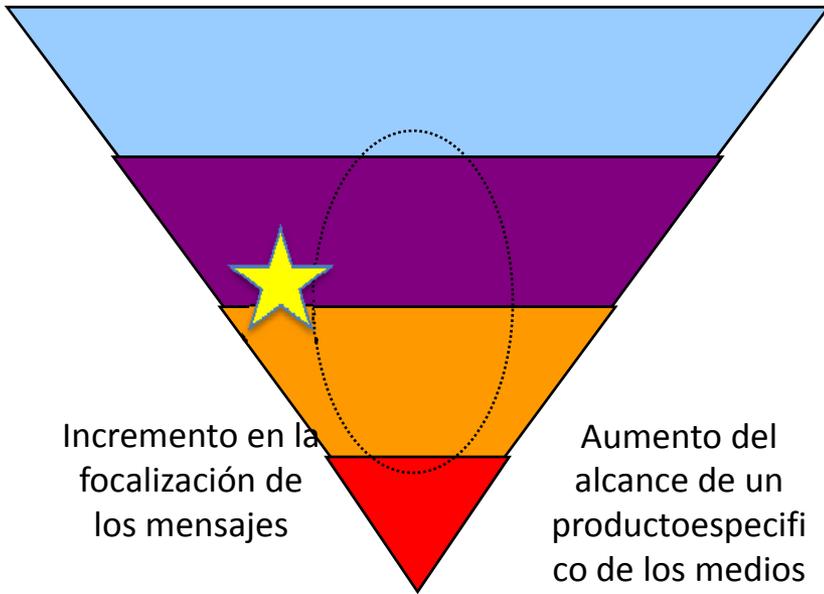
Post Insights not yet available, please check back later.
15 minutes ago · Comment · Like · Share · Promote · Flag

6 people like this.

Write a comment...



Alcance del producto de unacampaña

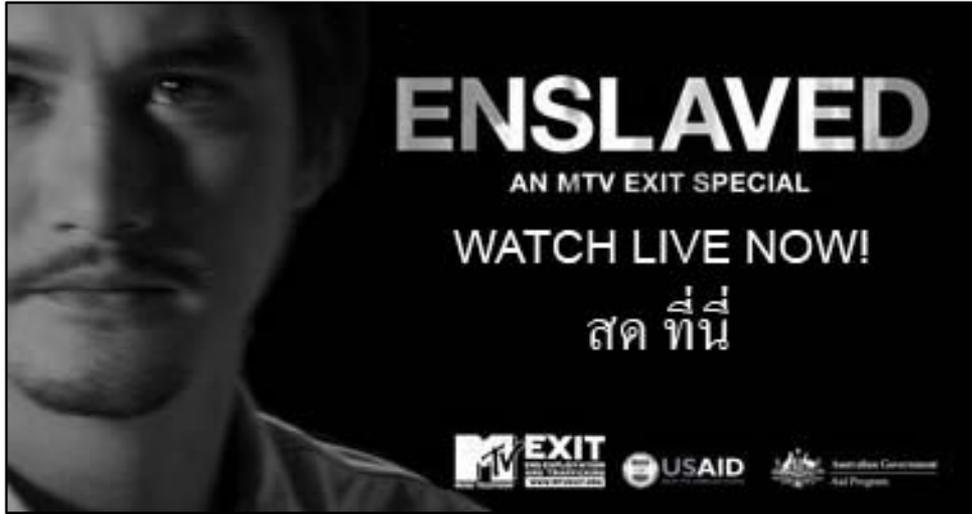
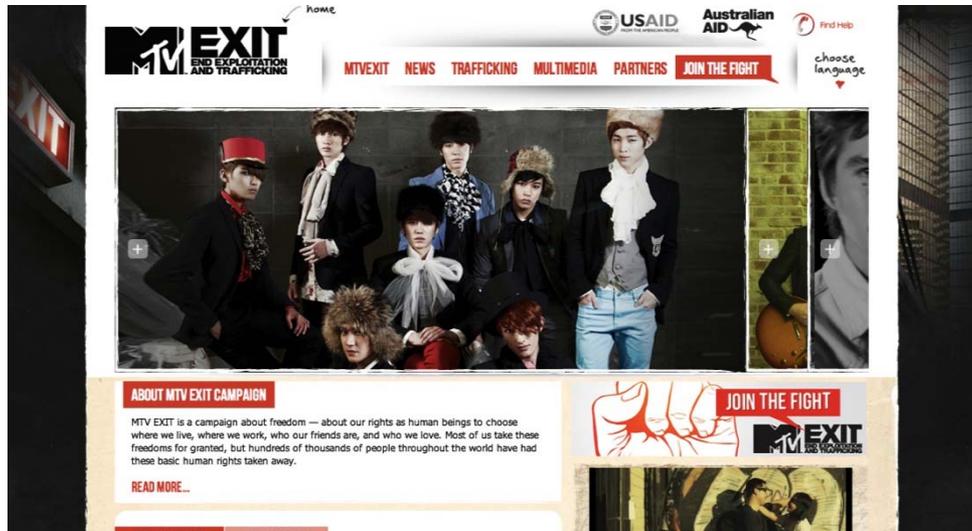


Incremento en la
focalización de
los mensajes

Aumento del
alcance de un
producto específico
de los medios
de comunicación



Mayor contenido específico que conserva gran atractivo para diversos grupos de audiencia a lo largo de una amplia región geográfica y diferentes grupos socio-económicos. Esto se logra a través de la producción de programación internacional que se ajusta a los mercados locales a través de la inclusión de celebridades locales.

Home

USAID Australian AID Find Help

MTV EXIT NEWS TRAFFICKING MULTIMEDIA PARTNERS JOIN THE FIGHT choose language

ABOUT MTV EXIT CAMPAIGN

MTV EXIT is a campaign about freedom — about our rights as human beings to choose where we live, where we work, who our friends are, and who we love. Most of us take these freedoms for granted, but hundreds of thousands of people throughout the world have had these basic human rights taken away.

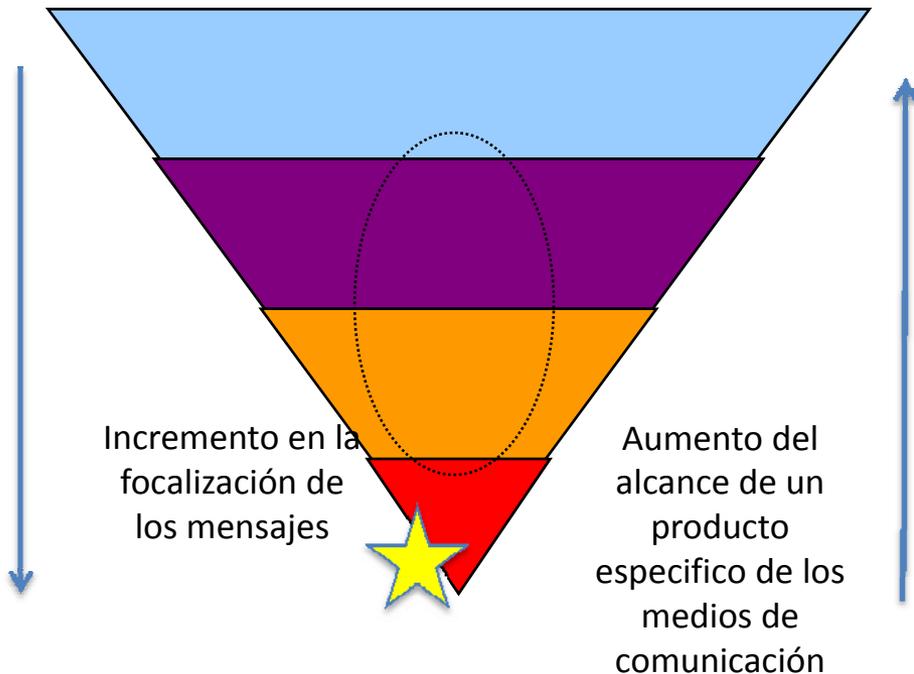
[READ MORE...](#)

JOIN THE FIGHT

MTV EXIT



Alcance del producto de unacampaña



Mensajes dirigidos a audiencias clave, incluidos aquellos grupos más vulnerables a ser víctimas de trata y aquellos que pueden contribuir a este delito. Objetivo logrado principalmente a través del trabajo conjunto y distribución de organizaciones de base, y la producción de eventos en sitios geográficos clave.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE





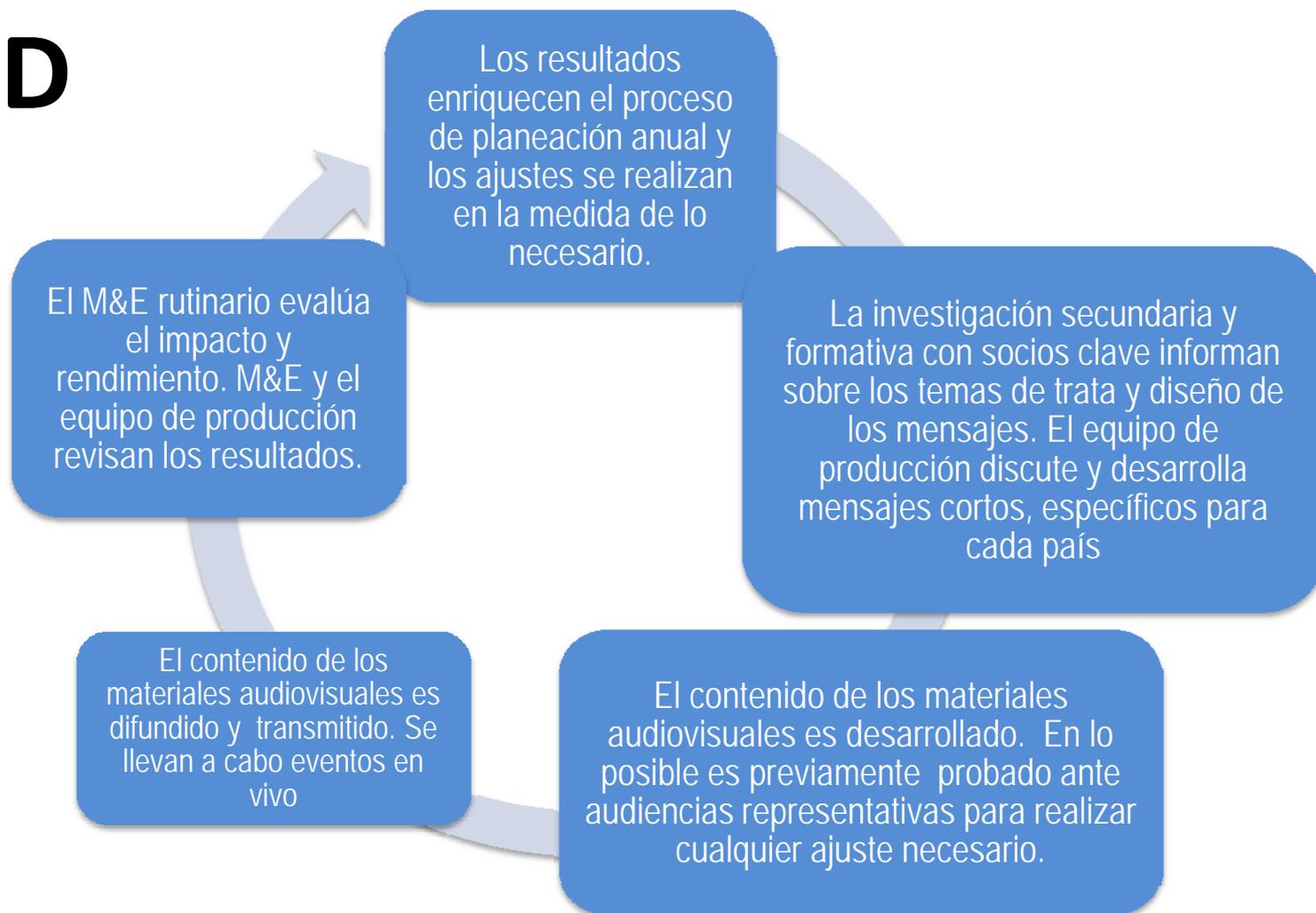
USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



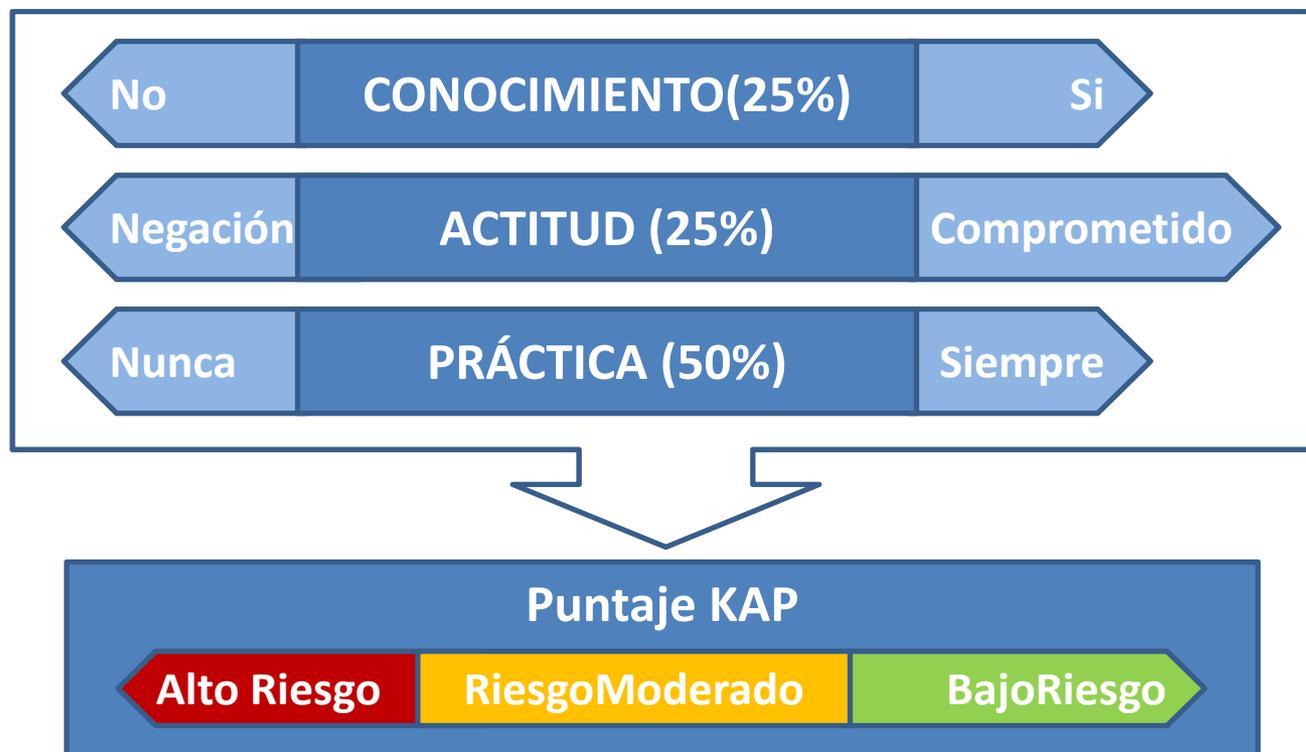
Giras de MTV EXIT en Cambodia (Provincia Kampong Cham)



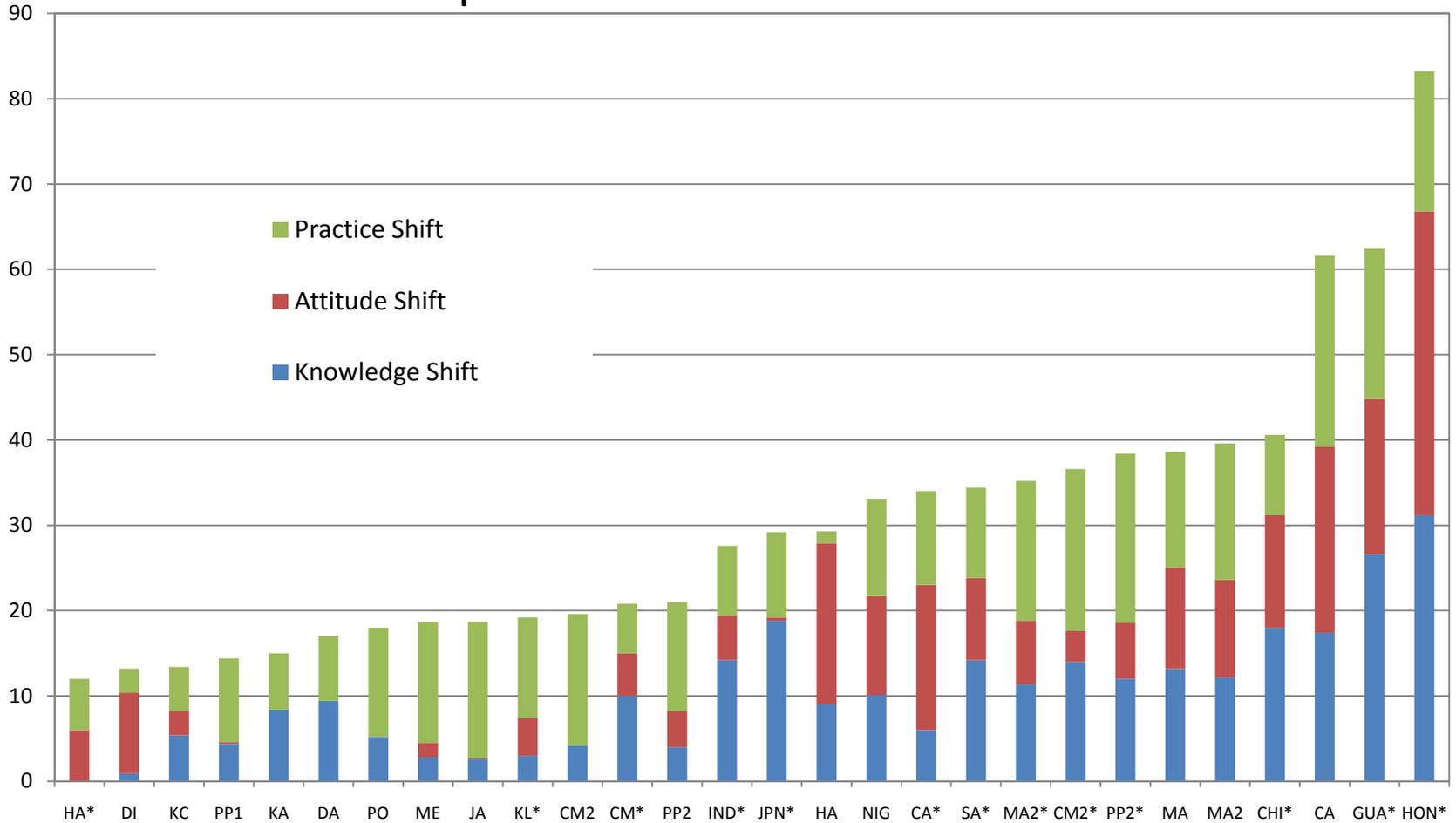
C4D



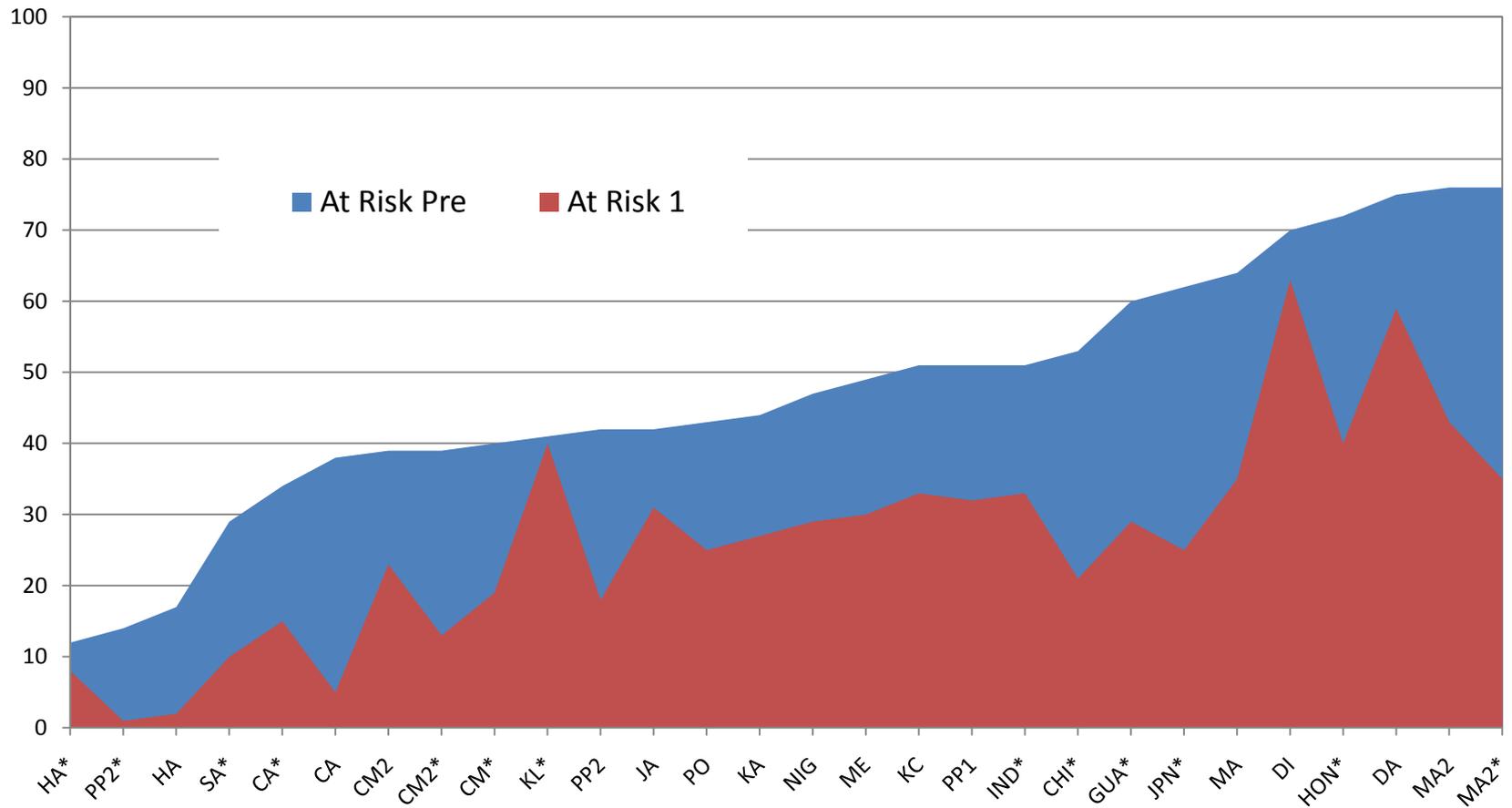
Rapid Asia: Puntaje KAP



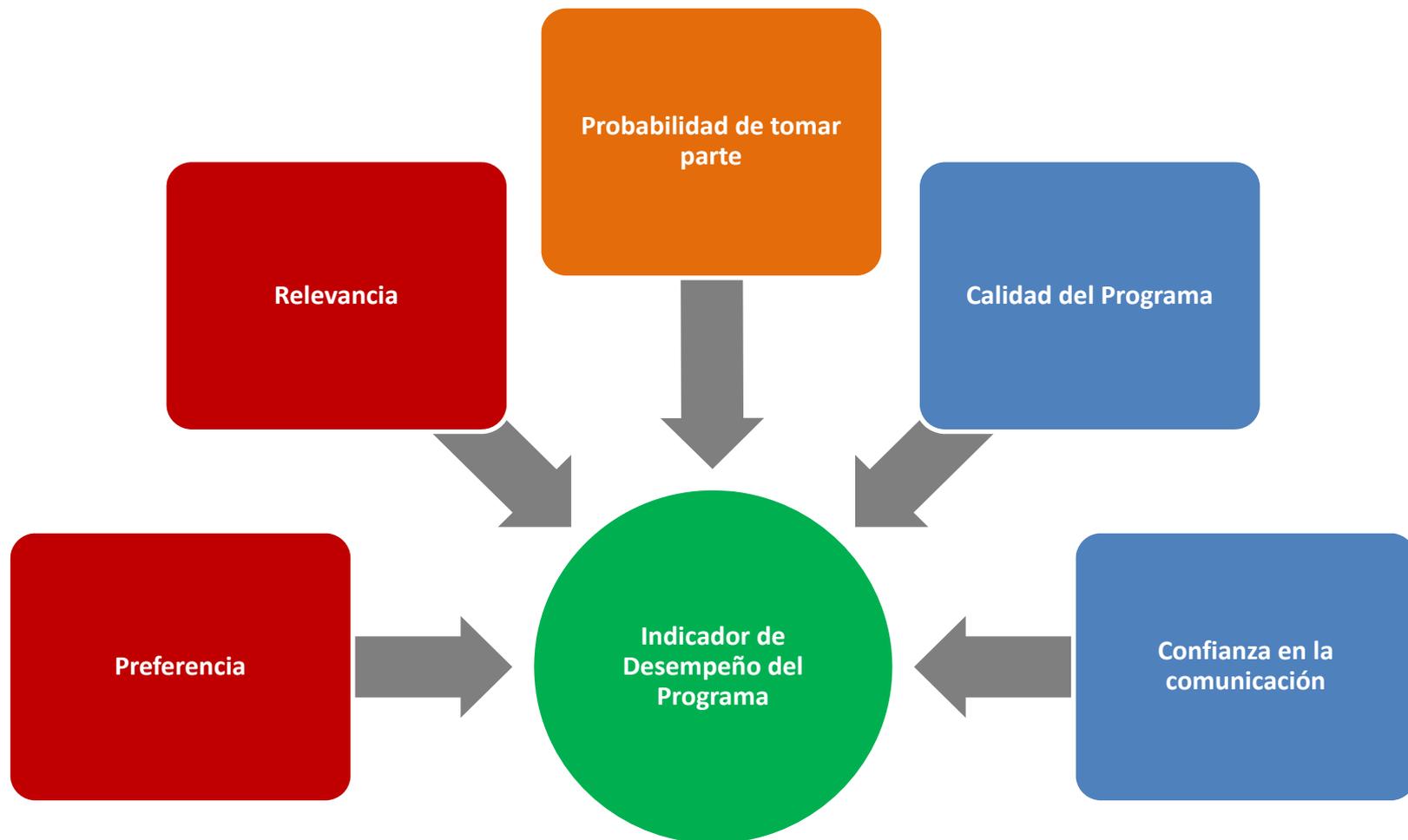
Cambios en conocimiento, actitud y práctica prevista posterior a la intervención



Impacto general en el Barometro de KAP



Indices de desempeño del programa (IDP)



IDP: Atributos medidos por area de intervención

Presentaciones
de Video

Posters &
banners

Voluntarios
para la
difusión

Oradores inv
itados al
escenario

Maestro de
ceremonias

Información

Mensajes de
los artistas

Concierto MTV Exit Hanoi: Análisis del programa piloto

	<i>Debajo del promedio</i>	<i>Promedio</i>	<i>Encima del promedio</i>
Zona de Alto Impacto	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> Voluntarios para la difusión </div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"> MC </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> Posters & Banners </div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> Presentaciones de Video </div>
Zona de Bajo Impacto	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"> Información General </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> Tarjetas de Información </div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;"> Mensajes de los Artistas </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;"> Oradores Invitados </div>	



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



www.mtvexit.org

Para mayor información por favor contactar a:

Tara Dermott

Tara.dermott@mtvexit.org

T: +66 (0) 2 261 7867