PUE
DES
VER
ME?

LA TRATA DE PERSONAS AÚN EXISTE.

En sus diversas formas, la trata de personas es global, tanto en escala como geográficamente. Pocos países escapan de sus efectos ya sea como puntos de salida, destino, o tránsito. Su invisibilidad, complejidad y trasnacionalidad hace que sea imposible verificar sus números reales, sin embargo, reportes independientes dan estimaciones muy elevadas.

Con la gran cantidad de víctimas, que casi igualan la población de ciudades enteras y que generan ganancias ilegales comparadas con el producto interno bruto de algunos países, los incentivos para los tratantes y el reto para la autoridad es enorme.

CUARENTA MILLONES TRESCIENTOS MIL[1]

CIENTO CINCUENTA Y DOS MILLONES[2]

CIENTO CINCUENTA Y DOS BILLONES[3]

1 Personas siendo victimas de tratas de personas en diferentes formas acorde a **International Labour Organization** y **Walk Free Foundations**, 2017

2 NNA entre 5 y 17 años son víctimas de explotación laboral de acuerdo con estimaciones de **ILO,** 2017

3 Ganancias ilegales obtenidas a través de la explotación laboral forzada acuerdo a estimaciones de **ILO**,2017.

SI VEO A LA MULTITUD NUNCA ACTUARÉ."

Madre Teresa

Los números son tan vastos como inimaginables y si carecieran de contexto serían casi insignificantes. Es fácil sentirse abrumado o desensibilizado con tales estadísticas, pero detrás de cada uno de los números existe la historia individual y trágica de un ser humano.

Cada historia por sí misma es compleja, dolorosa y única —aún así vista de manera colectiva con sus entramados conflictos, los patrones son discernibles y predecibles.

El propósito de la campaña **¿Puedes Verme?** es simple:

Contar historias, romper el silencio del delito.

Las historias vienen de nuestro contacto con sobrevivientes de la trata de personas, la explotación y la conexión con la red global de organizaciones e instituciones gubernamentales. Es esencial que las historias contadas de forma precisa reflejen la experiencia real de las víctimas. Creemos que presentando la verdadera cara de la crisis global generaremos empatía y se creará un vínculo entre el espectador y la víctima.

"... nuestra humanidad depende de reconocer la humanidad en otros."

Desmond Tutu

Las víctimas de la trata de personas y la explotación están escondidas a plena luz del día, comprometidas en un aparente negocio legítimo dentro de la economía local. El control ejercido sobre ellas puede ser sutil, monetario y psicológico, pero también brutal y físico; esto mantiene el crimen, al criminal, a su víctima, y a la situación invisibles al conocimiento público.

De la campaña **¿Puedes verme?** Brilla una luz que apunta hacia la trata de personas en un esfuerzo de volver lo invisible en visible. Esto se puede hacer de maneras diferentes:

Comunicación — Hablando abiertamente del delito damos visibilidad global a esta situación.

Información — Apuntando a comunidades con historias específicas damos a la problemática una relevancia local

Activación — Resaltando el ambiente propicio, indicadores y víctimas, creamos conciencia individual hacía la responsabilidad personal.

"Podrás escoger ver hacia otro lado pero nunca más podrás decir que no sabías."

William Wilberforce

SI NO LO HUBIERA VISTO, NO LO HUBIERA CREÍDO."

Marshall McLuhan

PUEDES VERME?

¿Puedes verme? es una campaña integrada que usa fotografía y video oficial para representar situaciones cotidianas donde la trata de personas aún existe.

Usa una emblemática campaña tipográfica consistente en capturar a la víctima y simplemente llamar a la acción:

"La trata de personas aún existe. Si sospechas, repórtalo."

El llamado a la acción pide al espectador que sea consciente y que reporte sus sospechas. Como miembros individuales de la comunidad, es más fácil detectar una situación inusual en la vida cotidiana.

La línea de denuncia provee una manera segura de reportar preocupaciones en lugar de llamar a la policía directamente.

La campaña es seguida de una plantilla creativa y diseñada la cual es descrita en detalle en los lineamientos de **¿Puedes Verme?.**

Ha sido diseñada para dar consistencia a través de su ejecución y, a su vez, flexibilidad para ser modificada. Esto permite a la campaña poder trabajar a través de todos los territorios y poder de manera equitativa solicitar espacios mediáticos.

Mientras usa elementos claves de **A21**, se ha tenido cuidado de mantener cierto nivel de neutralidad para permitir a los asociadas co-apropiarse de los medios de comunicación.

PIENSA GLOBAL, ACTÚA LOCAL.

Dado a que los equipos de trabajo están en aumento, esto nos permite trabajar con talento local, que genera contenido específico hacia su territorio. A su vez, podemos asegurar que la campaña mantenga un balance en el matiz de consistencia creativa y regional, necesario para su efectiva comunicación.

Un enfoque simplificado supone minimizar gastos y un equipo que embone creativa, geográfica y estratégicamente situados para cada ejecución y suficientemente ágiles para responder a los patrones cambiantes de la trata de personas.

Para poder combatir una determinada, flexible, red global, estamos mejor posicionados para exponer y enfrentar de una determinada, flexible y con una red global la problemática.

La campaña **¿Puedes Verme?** ha ganado fuerza al asociarse exitosamente con instituciones gubernamentales, organizaciones civiles e instituciones privadas, así como empresas locales, regionales, nacionales y a nivel global.

Es a través de estas asociaciones que la campaña puede moverse por diferentes medios y territorios (ya sea internacionales y nacionales) para extender su alcance y llevar el impacto que se requiere para cumplir su propósito.

Entre ellas se provee la inteligencia, finanzas, autoridad y logística para alcanzar y comprometer al público de una manera significativa y culturalmente apropiada.

"NADA MÁS QUE LOS ESFUERZOS UNIDOS SERÁN NECESARIOS PARA EVITAR QUE NUESTROS NIÑOS SEAN VÍCTIMAS DE EXPLOTACIÓN."

Jeff Sessions.
U.S. Attorney General

En la actualidad nuestros socios incluyen medios de comunicación, agencias gubernamentales, fuerzas policiacas, organizaciones civiles e iniciativa privada, así como medios de transporte y redes de trabajo. Estas asociaciones proveen una manera efectiva y particular de incrementar el alcance de la campaña y de llevar a las víctimas a reflejar las rutas utilizadas usualmente por los tratantes.

La siguiente página muestra las organizaciones que se han asociado con A21 en la campaña ***Can You See Me?***
En Inglaterra

La campaña **¿Puedes Verme?** nació en Reino Unido a finales del 2016. Se presentó con la colaboración de la policía local mostrando publicidad en la parte trasera de los autobuses.

Desde entonces ha crecido a nivel nacional, alcanzando 15 fuerzas policiacas y 4 aeropuertos. La campaña más reciente se muestra en medios de publicidad del aeropuerto Heathrow junto con sus 11,000 carritos de maletas.

Internacionalmente se ha extendido rápida y equitativamente, alcanzando países como los Estados Unidos, Sudáfrica, Tailandia, Myanmar, y ahora, México.

El alcance de esta campaña ha sido difícil de medir, pero si consideramos a nuestros colaboradores más recientes como los aeropuertos de JFK, La Guardia, Newark, O'Hare, Heathrow, y el sistema ferroviario de Estados Unidos, Amtrak, entre todos ellos se suman 275 millones de viajeros, gracias a esto es posible imaginar el impacto global de la campaña.

Sin la adopción de la campaña los números significarían muy poco, y debido a que la campaña está dando sus primeros pasos, las mediciones a gran escala no son posibles de identificar aún. Sin embargo, como un indicador inicial, **las policías de Kent y Essex,** unos de nuestros primeros colaboradores, registraron un incremento en la identificación de las víctimas por parte del público de un 1200% y reportaron en un 400% siguiendo la sencilla estrategia del plan mediático.

Cada póster colocado o cada acceso a la página de internet incrementa la visibilidad y eficacia de la campaña y con las nuevas programaciones que se implementaran en Rumania, Bulgaria y Grecia la campaña mantendrá su impulso.

Su éxito continuo recae en el espíritu de colaboración y determinación de cada equipo y colaboradores. Únicamente con la visión colectiva y la acción individual podremos exponer y erradicar el comercio global de personas.

Nathaniel Branden
American Psychologist

EL PRIMER PASO HACIA EL CAMBIO ES LA CONCIENTIZACIÓN."

MÉXICO

Organizaciones Involucradas

A21, Consejo Ciudadano de la Ciudad de México, Comisión Unidos vs la Trata A.C., El Pozo de Vida, A.C Comisión Intersecretarial contra la Trata de Personas

Objetivo Principal

Difundir entre los migrantes las señales de alerta de la trata de personas para fomentar la denuncia oportuna.

Objetivo Específicos

- Concientizar sobre la cultura de la denuncia ciudadana.

- Trabajar con los gobiernos federal, estatal, municipal y con la sociedad civil en construir los vínculos de confianza para fortalecer la cultura de la denuncia del delito de trata de personas y del tráfico ilícito de migrantes.

Descripción General

A través de vídeos, folletos, pósters, espectaculares e impresos, se dará a conocer a la población situaciones reales sobre la trata de personas.

En la fase inicial, se profundizará en la relación trata de personas y flujos migratorios irregulares, especialmente de menores de edad; además, se incluye información relevante sobre los indicadores y la información necesaria para hacer una llamada de denuncia a la línea nacional contra la trata de personas 01800-5533-000 que opera el Consejo Ciudadano de la Ciudad de México a nivel nacional.

Cronograma

Fecha de lanzamiento: 13 de septiembre del 2018
Es un proyecto piloto - la fase inicial se llevará a cabo durante 6 meses (Septiembre 2018 - Marzo 2019)

Una vez evaluado el impacto de la campaña, se crearán otros 3 enfoques de trata, específicamente determinados para México y Centro América, para difundir en otras rutas o estados específicos.

Resultados e Impacto

En específico, la fase inicial estará dirigida a la población migrante y a las personas que pudieran tener contacto con ellos durante el trayecto.

Resultados Previstos

Mayor información a la población migrante sobre los peligros de la trata de personas en sus trayectos.
Aumento en la denuncia por la sospecha del delito de trata de personas

Lugar en que se llevará a cabo la campaña

Ruta Migrante Del Pacífico

El recorrido será por los estado de Chiapas a Baja California. Abordando casas del migrante, las fronteras, estaciones de camiones, aeropuertos, gasolineras, baños públicos, compañías de autobuses, aerolíneas, casetas de cobro de carreteras, metrobuses y estaciones de metro, en espacios clave predeterminados y no necesariamente en toda la ruta.

Instituciones Miembros de la Comisión Intersecretarial Contra la Trata de Personas activas en la campaña

- Secretaria de Gobernación
- Secretaria de Comunicaciones y Transporte
- Secretaria de Relaciones Exteriores
- Consejo Nacional de Población
- Instituto Nacional de Migración

Organizaciones y empresas que se han sumado o están por sumarse

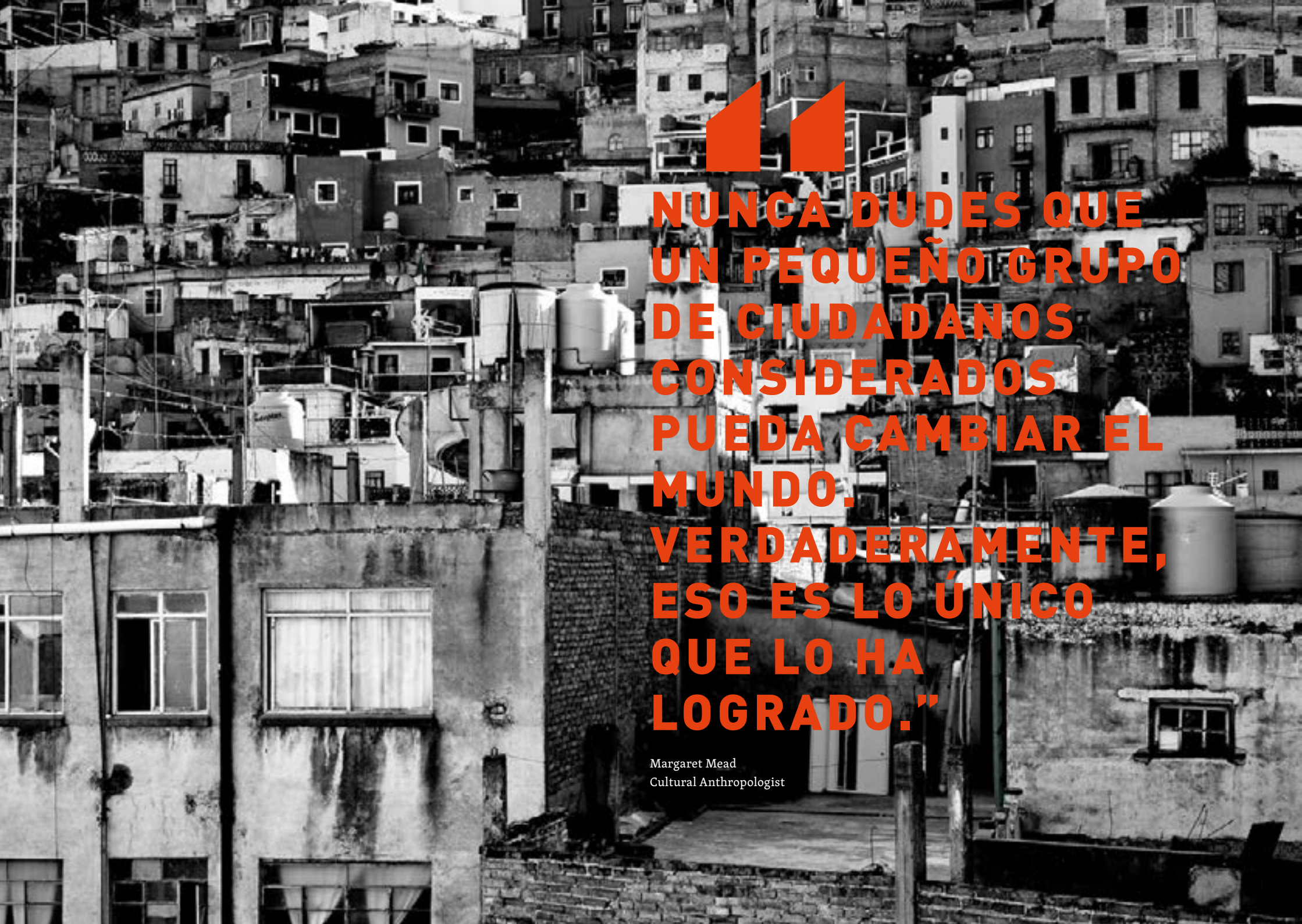
A21, Comisión Unidos vs la Trata, El Pozo de Vida, Consejo Ciudadano, Fundación Cinépolis, Internatonal Air Transport Association, Aeroméxico.
En busqueda de sumar a compañías de transporte de autobuses, aerolíneas, metrobús, etc.

Tipo de distribución - Materiales

01	Videos
02	Pósters
03	Impresos para estaciones del metro, camiones y aeropuertos
04	Espectaculaes
05	Banderines
06	Folletos
07	Protectores para auto con publicidad
08	Spot de radio

Lugar De Distribución - Materiales

01	Gasolinerías
02	Centros Comunitarios
03	Aviones
04	Autobuses
05	Metrobús
06	Aeropuertos
07	Estaciones de trasporte público y privado
08	Estaciones migratorias
09	Cines
10	Baños públicos



"NUNCA DUDES QUE UN PEQUEÑO GRUPO DE CIUDADANOS CONSIDERADOS PUEDA CAMBIAR EL MUNDO. VERDADERAMENTE, ESO ES LO ÚNICO QUE LO HA LOGRADO."

Margaret Mead
Cultural Anthropologist

A21.org/CanYouSeeMe @A21 @A21 @A21Campaign