

Número Proyecto: 36400489
Nombre Proyecto: NEDH FASE 2 GDL MTY
Responsable del Proyecto: *Abraham Betancourt*
Moderador: *José Luis Kanarek*
Fecha Realización: *Diciembre, 2019*

Guía de Tópicos para grupos focales

Nota: Esto es una guía y no un cuestionario, por lo tanto, está diseñada conforme a temáticas y no como preguntas concretas. Su estructura no corresponde precisamente al orden que éstos seguirán en las sesiones. La función de esta guía es la de un recordatorio de los elementos por verificar.

Minigrupos hombres (Perfil universitarios)

(2 horas, 6 participantes)

Un grupo en Monterrey y otro en Guadalajara con participantes de 18-24 años NSE CC-, con al menos 2 estudiantes del Tec de Monterrey en Monterrey y TecMilenio en Guadalajara, que hayan estado expuestos a la campaña de acoso.

OBJETIVOS

1. Explorar el nivel de conocimiento y consciencia que tienen sobre el tema de acoso sexual
2. Evaluar el impacto de la campaña actual y entender la manera en que la incorporan a su esquema cultural y de pensamiento
3. Identificar si hubo algún cambio conductual y/o de pensamiento ante el acoso sexual a partir de la campaña
4. Identificar el alcance que perciben en la campaña y el tipo de reacciones que provocará en la sociedad y los grupos sociales a los que pertenecen
5. Identificar las piezas que tuvieron mayor alcance y en qué medios

1. INTRODUCCIÓN / CONTEXTO (20 minutos)

El objetivo de esta sección es compartir los protocolos de la sesión, aprender acerca de los participantes así como su interacción en los espacios públicos

- Presentación del moderador
 - Presentarse y comentar de manera estándar el funcionamiento de la sesión, de las grabaciones, etc.
- Presentación de los participantes
 - Por favor cuéntenme *brevemente* sobre ustedes, incluyendo cuántos años tienen, a qué se dedican, cuáles son sus hobbies, con quién viven y cualquier otra información que les gustaría compartir.

- Comportamiento e interacción en lugares públicos
 - ¿Qué lugares son los que más suelen visitar/estar (ahondar en transporte que utilizan, centros comerciales, parques, vía pública, etc.)
 - ¿Cómo dirían que es la interacción entre hombres en los espacios públicos? ¿Cómo describirían la conducta de los hombres en el entorno del espacio público? ¿Han notado alguna dinámica en este? ¿Cuál?
 - ¿Hay algún cambio en la interacción entre hombres de un lugar a otro? ¿cómo cuál? ¿por qué creen que cambia?
 - ¿Cómo es la interacción entre hombres y mujeres? ¿Qué cosas suceden de una manera que se puede decir que son “aceptables”? ¿Qué cosas destacan por salir de lo común? ¿Ha cambiado la interacción entre hombres y mujeres? ¿Han notado algún cambio en cómo se comportan?
 - Ahora quisiera pedirles que habláramos sobre el ambiente que se da dentro de la universidad en la que estudian en torno a la relación entre hombres-mujeres, hombres-hombres y mujeres-mujeres.
 - ¿Qué cosas destacan del ambiente que se da?
 - ¿Cómo son estas relaciones?
 - ¿Ha permeado el tema del acoso sexual dentro del espacio universitario? ¿De qué manera? ¿Es algo que existe en la universidad, el acoso sexual? ¿De qué manera? ¿Quiénes estarían involucrados? ¿Qué opinan de esto?
 - ¿Cómo se han involucrado los hombres? ¿Cuál es su postura en general? ¿Y las mujeres? ¿Y los trabajadores de la universidad?
 - ¿Qué me dicen de la institución, de la universidad y sus autoridades? ¿Qué han hecho? ¿Cuál es su postura?
 - ¿Qué piensan de todo esto?

2. CONCIENCIA (20 minutos)

Registraremos percepciones sobre el acoso sexual y entenderemos los valores asociados

- Hoy vamos a hablar mucho acerca de un tema del que nos interesa conocer su opinión: el acoso sexual en espacios públicos. ¿Podrían por favor decirme para ustedes, qué es el acoso sexual?

- ¿Quiénes sufren acoso sexual? ¿En qué momentos/lugares?
- ¿Qué palabras vienen a su mente cuando piensan en acoso sexual? ¿Por qué esas palabras, qué significan para ustedes?
- ¿Cómo describirían a una persona que es acosadora sexual? ¿Es hombre o mujer... hay otras cosas que la caracterizan? ¿Por qué se comportan como acosadores, qué les provoca actuar de esa manera?
- ¿Quiénes son las personas que sufren acoso sexual? ¿Qué los/las caracteriza, qué tienen en común? ¿Por qué creen que estas personas son acosadas?
- Vamos a entender los sentimientos y emociones que hay detrás del acoso sexual en espacios públicos.
 - ¿Qué sienten/viven las personas que acosan sexualmente? ¿Cómo reaccionan? ¿Hay algo que pudieran hacer diferente...?
 - ¿Qué sienten/viven las personas acosadas sexualmente? ¿Cómo reaccionan? ¿Hay algo que pudieran hacer diferente...?
 - ¿Qué sienten/viven las personas (que presencian un acto de acoso sexual)? ¿Cómo reaccionan? ¿Hay algo que pudieran hacer diferente...?

3. CAMPAÑA (45 minutos)

El objetivo de esta sección es evaluar primero a nivel espontáneo la campaña, (recordación, impacto, materiales que recuerdan, identificación, conversación generada, etc.) y posteriormente, una profundización de los distintos estímulos, identificando el entendimiento y acercamiento de las piezas de comunicación con los hombres, detectando sus aciertos y áreas de oportunidad para futuras ejecuciones.

- Primero hablaremos de la campaña a nivel espontáneo, sin mostrarles los estímulos. Exploraremos recordación, impresiones ante la campaña, etc.
 - Últimamente, ¿recuerdan haber visto alguna campaña de este tema? ¿en dónde la vieron?
 - ¿Qué es lo que más recuerdan de ella? ¿hay algún mensaje que recuerden?
 - ¿Qué les pareció? ¿qué fue lo primero que pensaron cuando la vieron?
 - ¿Para quién creen que está dirigida esta campaña? ¿por qué?
 - ¿Les habla a ustedes?

- ¿Ustedes compartieron/compartirían esta campaña con alguien?
 - ¿De qué hablaron o de qué hablarían de esta campaña con alguien más?
 - ¿Platicaron con alguien sobre esta campaña? ¿por qué sí o por qué no?
 - ¿Recuerdan de que organización/institución era? ¿si es así, qué piensan de que estas instituciones estén detrás de la campaña? ¿tienen las credenciales para estarlo? ¿Por qué sí o por qué no? ¿le hubiera quedado a otra institución?
- Posteriormente, les presentaremos esta campaña (mostrar materiales) 1 video (TV) y diferentes carteles
- Cuéntenme, ¿ya la habían visto? ¿Dónde la vieron? ¿Habían escuchado hablar de ella? ¿En dónde o a través de quién?
 - ¿Qué los hizo pensar lo que muestra esta campaña?
 - ¿Han platicado con alguien de esto a partir de lo que vieron en la campaña? ¿Qué han platicado?
- Ahora vamos a ir analizando la/s pieza/s. (La batería de preguntas se repetirá para cada estímulo a evaluar)
- GENERALIDADES
- ¿Esta pieza la vieron? ¿en dónde?
 - ¿Qué pensaron cuando la vieron? ¿qué dijeron? ¿Qué es lo que ven?
 - ¿Qué opinan de forma general? ¿Qué les dice?
- ENGAGEMENT
- Comprensión
- ¿Cuál fue el mensaje que entendieron de esta pieza?
 - ¿Les pareció fácil o difícil entender eso? ¿Por qué?
 - ¿Hay algo que no se entienda? ¿Por qué?
 - Si tuvieran que decirme en una palabra de qué trata esta pieza, ¿De qué trata esta comunicación?
- Enjoyment (Agrado)

- ¿Les gustó esta pieza? ¿Qué sí? ¿Qué no?
- ¿Qué les hace sentir esta pieza?
- Involvement (involucramiento)
 - Si ya habían visto esta pieza, ¿fue memorable para ustedes? ¿por qué si o por qué no?
 - ¿Les llamó la atención esta pieza? ¿Por qué?
 - ¿Qué las invita a hacer o no hacer esta pieza?
 - ¿Les dijo algo que no sabían? ¿Aprendieron algo nuevo con esta pieza?
 - ¿Para quién va dirigida esta pieza? ¿Por qué creen esto? ¿Hay alguien a quien no está dirigida, pero debería estarlo... a quién/es?
 - ¿Está dirigida a ustedes? ¿Por qué?
 - ¿Que creen que van a pensar los hombres cuando vean esta pieza?, ¿qué van a hacer? ¿Creen que hay diferencia entre lo que piensen los demás hombres a lo que piensan ustedes? ¿por qué?

Además de los lugares en donde vieron esta pieza, ¿Hay otro espacio en donde creen que debería de ir esta pieza? (profundizar en medios, lugares y ocasiones)

- Message/claims/benefits
 - ¿Cuál es el mensaje que da la/s pieza/s?
 - ¿Qué beneficio les da a los hombres el ver esta campaña? ¿por qué?
 - ¿Hay algún beneficio que ustedes crean que le da a las mujeres esta campaña? ¿Por qué?
 - En caso de que no hayan hablado de acoso sexual como mensaje central, preguntar: Si les dijera que el mensaje central de la/s pieza/s es sobre el ACOSO sexual, ¿le creerían? ¿Lo entenderían? ¿Por qué sí? ¿Por qué no? ¿Qué elementos ayudan a dar este mensaje? ¿Qué elementos entorpecen a que este mensaje se entienda?
 - Y en caso del ACOSO sexual contra las mujeres, ¿Habla de este tema las piezas? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?
- Relevance (relevancia)
 - ¿Qué impacto tiene esta pieza en la vida de los hombres? ¿por qué?

- ¿Qué impacto tiene el ver esta pieza en la universidad?
- ¿Ustedes qué impacto creen que tiene esta pieza al estar en una universidad en la vida de las mujeres?
- ¿Qué opinan de que existan campañas como ésta?
- Future usage
 - Si la ONU Mujeres siguiera sacando campañas como ésta, ¿Le creerían? ¿les serían de alguna utilidad? ¿Por qué?
 - Si el Gobierno de la ciudad (Guadalajara o Monterrey, según sea el caso) siguiera sacando campañas como ésta, ¿Le creerían? ¿les serían de alguna utilidad? ¿Por qué?
 - Si fueran a sacar una nueva campaña, ¿Alguna de las dos podría lanzarla? ¿Cómo debería de ser? ¿Qué elementos rescatarían de esta campaña?

Al final de la sección, después de haber mostrado todos los materiales, se realizarán las siguientes preguntas:

- De las distintas formas de acoso sexual que vieron en estos materiales, ¿cuáles ya consideraban acoso sexual desde antes?
- ¿Cuáles consideran acoso sexual después de haberlas visto en estos materiales?
- ¿Hay alguna o algunas formas de acoso sexual de las mostradas que ustedes no consideren acoso sexual? ¿Cuál/es y por qué?
- Después de haber visto materiales de esta campaña sin logotipos y el video con logotipo, ¿qué creen que funciona mejor para la campaña, tener o no tener logotipos?
- ¿Qué le da a la campaña tener logotipos? ¿Le quita algo?
- ¿Qué nos dice de la campaña que tenga estos logotipos?

4. CAMBIO O IMPACTO (20 minutos)

El objetivo de esta sección es comprender qué significó la campaña y si ayudó de alguna forma a cambiar comportamientos o hacer un movimiento social/cultural al respecto.

- ¿Creen que esta/s pieza/s genera/n algún cambio de opinión? ¿Generó algún cambio de opinión en ti? ¿Cuál? ¿Por qué? ¿De qué forma lo hace? ¿En quiénes? ¿En quienes no? Razones...
- Ustedes que son hombres, ¿cómo se sienten con esta campaña? ¿Les deja algo... qué? ¿En qué los hace pensar? Razones...
 - Siguiendo por este camino, tengo algunas tarjetas. Cada tarjeta tiene un rango de sentimientos o emociones representados por imágenes y palabras (MOSTRAR TARJETAS DE EMOCIONES). Quiero que revisen las tarjetas y elijan una que capture el sentimiento que les transmite la/s pieza/s. (Se profundizará en los sentimientos y emociones que genera la campaña)
- ¿Cambiaste alguno de tus hábitos y formas de relacionarte con las mujeres? ¿Cuál? ¿Por qué sí o no? ¿De qué forma lo hizo? ¿En quiénes? ¿En quienes no? Razones...
- ¿Creen que a los estudiantes de su universidad les ayude a modificar comportamientos? ¿De qué forma? ¿Cómo podríamos ayudar a la gente de su universidad (hombres y mujeres) a cambiar comportamientos? ¿Qué se les ocurre...?
- ¿En qué otros medios podemos poner esta campaña que sea relevante? ¿Y cómo podemos hacer que más gente se entere de este mensaje? (profundizar en medios y lugares)
- ¿Qué impacto piensan que tendría en la universidad? ¿Qué reacciones provocaría?
- ¿Puede esta campaña cambiar algo dentro del ambiente de la universidad? ¿por qué si/no? ¿Cómo se podría ayudar a las personas de la universidad a que cambien su actitud y conducta en torno al acoso sexual? ¿Qué harían ustedes? Razones...
- ¿Qué otras acciones se podrían poner en marcha para disminuir el acoso sexual contra las mujeres? ¿Específicamente en la universidad qué más se podría hacer?
-
- ¿Podría ONU Mujeres dar este mensaje? ¿Por qué? ¿De quién (celebridades, instituciones, gobiernos) podría ayudarse para dar claro este mensaje?

5. CONCLUSIÓN

- Verificar tras bambalinas en caso de que haya preguntas adicionales
- Agradecer y despedirse de las participantes
- Brindar números de apoyo a las participantes

DO NOT COPY