

Número Proyecto: 36400489
Nombre Proyecto: NEDH FASE 2 GDL MTY
Responsable del Proyecto: *Abraham Betancourt*
Moderador: *Fabiola Galindo*
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 mujeres

(2 horas, 6 participantes por grupo)

Un grupo en Monterrey y otro en Guadalajara con participantes de 25-40 años NSE CC-, que hayan estado expuestas a la campaña de acoso que estuvo presente en el transporte público.

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 las participantes, así como su interacción en los espacios públicos

Presentación de la moderadora

- Presentarse y comentar de manera estándar el funcionamiento de la sesión, de las grabaciones, etc.
- Presentación de las 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.)
 -
 - ¿Hay algún cambio en la interacción entre mujeres de un lugar a otro? ¿cómo cuál? ¿por qué creen que cambia?
 - ¿Cómo es la interacción entre mujeres y hombres en espacios públicos? ¿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 mujeres y hombres? ¿A partir de cuándo o de qué elementos? ¿Han notado algún cambio en cómo se comportan hombres/mujeres/ambos?

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 el transporte y espacios públicos. ¿Podrían por favor decirme para ustedes, qué es el acoso sexual?
- ¿Cuántas formas de acoso existen o conocen?
- ¿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? ¿Qué ideas vienen a su mente? ¿Por qué esas ideas?
-
- ¿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/acosadoras? ¿qué les provoca actuar de esa manera?
- ¿Quiénes son las personas que sufren acoso sexual? ¿Qué las/los 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 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?
 - ¿Qué piezas/mensaje recuerdan más de esta campaña? ¿hubo alguno que se les quedará muy grabado? ¿cuál y por qué?
 - ¿Recuerdan de qué organización/institución era? ¿si es así, qué piensan de que estas instituciones estén detrás de la campaña? ¿tienen la suficiente credibilidad o respaldo para hacer/lanzar este tipo de campañas? ¿Por qué sí o por que 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 las 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?
- ¿Que creen que van a pensar las mujeres cuando vean esta pieza? ¿qué van a hacer?
- ¿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 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 las mujeres el ver esta campaña? ¿por qué?
- ¿Hay algún beneficio que ustedes crean que le da a los hombres 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 la/s pieza/s? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

➤ Relevance (relevancia)

- ¿Qué impacto tiene esta pieza en la vida de las mujeres? ¿por qué?
- ¿Qué impacto tiene el ver esta pieza en un lugar público/redes sociales?
- ¿Ustedes qué impacto creen que tiene esta pieza al estar en un lugar público/redes sociales en la vida de las mujeres?
- ¿Qué impacto creen que tiene esta pieza al estar un lugar público/redes sociales en la vida de los hombres?
- ¿Qué opinan de que existan campañas como ésta?

➤ Future usage

- Si ONU Mujeres siguiera sacando campañas como ésta, ¿Le creerían? ¿les serían de alguna utilidad? ¿Por qué?
- Si el Gobierno (Guadalajara o Nuevo León , 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?

-¿Les llega mejor la campaña con logotipos? ¿sin logotipos? (algo por el estilo)

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? ¿Cuál? ¿Por qué? ¿De qué forma lo hace? ¿En quiénes? ¿En quienes no? Razones...
- Ustedes como mujeres, ¿cómo se sienten con esta campaña? ¿Les deja algo... qué? ¿En qué las hace pensar? Razones...
- ¿A nivel personal, consideran que hubo algún cambio de conducta o de pensamiento a raíz de esta campaña? ¿cuál? ¿por qué?
- ¿Creen que esta campaña genera algún cambio de conducta o pensamiento a nivel general? ¿qué impacto tiene en las mujeres? ¿y en los hombres? ¿por qué?
 - 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)
- ¿Esta/s pieza/s ayuda/n a modificar algún hábito o acción? ¿Cuál? ¿Por qué sí o no? ¿De qué forma lo hizo? ¿En quiénes? ¿En quienes no? Razones...
- ¿Creen que ayude a modificar comportamientos dentro de los espacios públicos y privados? ¿De qué forma?
- ¿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)
- ¿Cómo podría una campaña ayudar a disminuir el acoso sexual contra las mujeres? ¿Qué necesitaría tener?
- ¿Qué otras acciones, además de una campaña, se podrían poner en marcha para disminuir el acoso sexual contra las mujeres?
- ¿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