



BRIEFING TENGO UNA IDEA



fad
Juventud



TENGO UNA IDEA

Tengo una idea es un programa que desarrolla Fad Juventud (www.fad.es) gracias a apoyo del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

Tengo una idea pretende invitar a grupos de adolescentes a presentar propuestas, ideas, mensajes y contenidos que puedan convertirse en una campaña digital que Fad Juventud, en el marco del programa, les ayudará a concretar y se encargará de su difusión.

Las ideas o propuestas de campaña que queremos recibir tienen que haber sido creadas por los grupos de adolescentes (aunque pueden haber sido ayudados y orientados por su profesorado u otra figura mediadora educativa, tanto en el ámbito escolar como en otros). Podrán dirigirse a sensibilizar, mostrar, denunciar, reivindicar, alertar o movilizar acerca de alguna (o varias) de estas tres temáticas:

- **Bienestar emocional**
- **Educación afectivo - sexual**
- **Ocio y tiempo libre positivo, autónomo y creativo**

Las propuestas se recibirán hasta el 15 de mayo de 2025) y los grupos que hayan presentado las que se consideren más pertinentes y con mejor potencial comunicativo y de impacto, participarán en un **Hackaton**, que se realizará en Madrid, en el mes de junio. Las propuestas seleccionadas serán desarrolladas y evolucionadas, de la mano de profesionales del ámbito de la comunicación social y la juventud y la idea de campaña ganadora comenzará el proceso de pre-producción y será difundida en los canales sociales de Fad Juventud.

CONSIDERACIONES GENERALES

Campaña y canales

Se busca la realización de una campaña digital para ser difundida a través de redes sociales. Por tanto, las ideas presentadas deberán estar adecuadas a estos canales digitales.

Público objetivo

La campaña se dirigirá específicamente a jóvenes españoles de 15 a 24 años

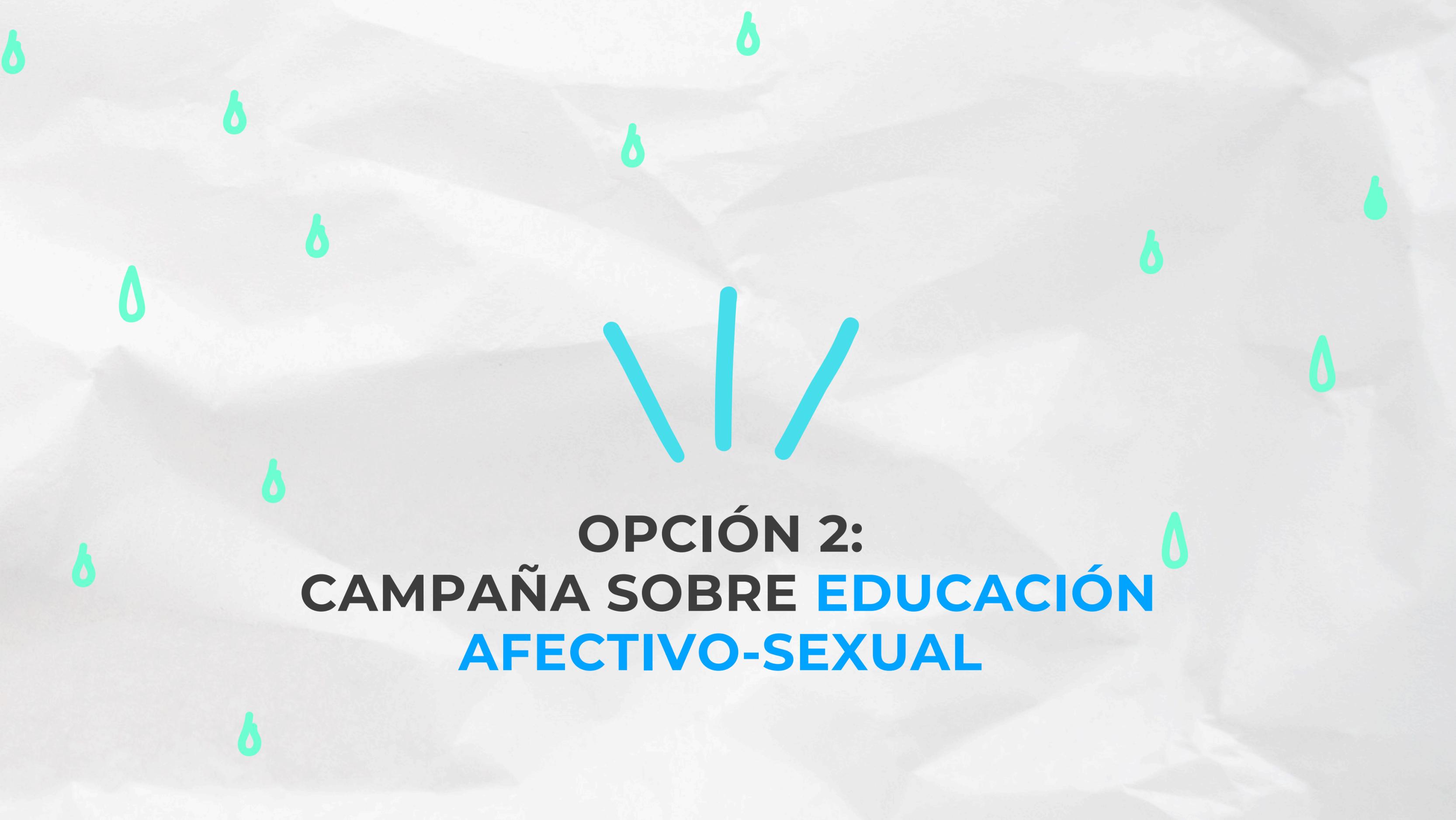


Mandatories

Tener en cuenta la perspectiva de género
Evitar el alarmismo y no centrarnos en los problemas más extremos
Tener en cuenta las normas de los canales donde vamos a publicar

Tono

Desenfadado, joven, sin caer en la banalización ni en el alarmismo.
Claro con los conceptos.
Positivo, sin caer en lo ingenuo. Adaptado a canal digital y target (jóvenes)



**OPCIÓN 2:
CAMPAÑA SOBRE EDUCACIÓN
AFECTIVO-SEXUAL**

OBJETIVOS



Contribuir a **eliminar tabúes y deconstruir mitos** y expectativas irreales.

Contribuir a fomentar una **relación sana de los jóvenes con el sexo** y con sus parejas, partiendo de una correcta información y una buena comunicación.

Concienciar sobre la importancia de **pedir ayuda o consejo** si es necesario, no es signo de debilidad.

MENSAJES A TRANSMITIR

EXPECTATIVAS IRREALES

El principal objetivo del sexo es disfrutar, no cumplir expectativas que muchas veces son irreales o solo están en nuestra cabeza y nos pueden llevar a frustraciones y, como consecuencia, a no disfrutar (nosotros/as ni nuestra pareja).

LA COMUNICACIÓN ES CLAVE

Una buena comunicación es clave para disfrutar del sexo de forma plena, tanto nosotros como nuestra pareja. Comunicar tus necesidades, gustos o inseguridades va a contribuir a que ambos estéis cómodos y podáis disfrutar.

HABLAR DE TUS INSEGURIDADES NO ES SIGNO DE DEBILIDAD

Pide ayuda si la necesitas. Si te ves inseguro/a, preocupado/a en exceso... habla con tus amigos/as, tu familia, con la gente que te rodea o con algún profesional. Es importante pedir ayuda, ser consciente del problema, verbalizarlo y conocer los recursos de apoyo/ayuda accesibles para jóvenes en este campo.

CUIDADO CON LA PORNOGRAFÍA

La mayoría de problemas en el ámbito sexual surgen como consecuencia de estas expectativas irreales y de no comunicar ni gestionar esa frustración y ansiedad generada por las mismas. El porno es el gran difusor y generador de estas expectativas irreales y erróneas.

¿CÓMO PRESENTAR LAS IDEAS?

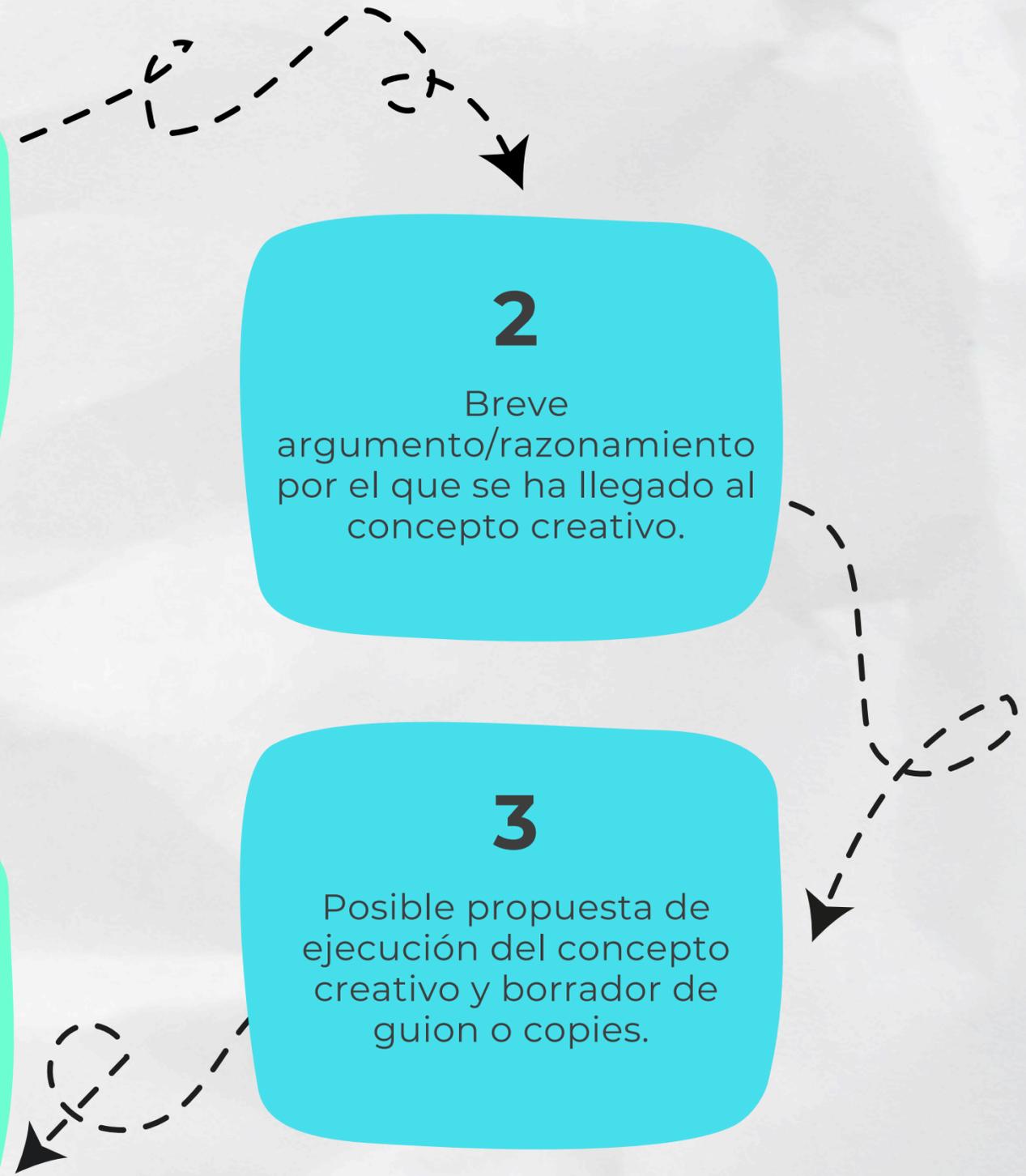
A través de un video breve y/o una presentación/documento (pdf, word, ppt, canva etc.) en la web campusfad.org/tengo-una-idea
Las ideas de campaña presentadas deben abordar estos 4 puntos:

1
Concepto creativo general y posible eslogan, claim o llamada a la acción de la campaña.

2
Breve argumento/razonamiento por el que se ha llegado al concepto creativo.

4
Formatos, qué tipo de piezas digitales se proponen hacer (video, gráficas, animaciones, etc.)

3
Posible propuesta de ejecución del concepto creativo y borrador de guion o copies.



“

"EL MEJOR TRABAJO ES
AQUEL QUE SE HACE EN
EQUIPO "



¡MUCHAS GRACIAS,
ESPERAMOS TUS IDEAS!

TENGO UNA IDEA



campusfad.org/tengo-una-idea/



tengounaidea@fad.es