**Las ideas fuerza y los mensajes clave**

Los temas que se tratan en una actividad pueden ser muy amplios, por lo que resulta imposible que el tiempo alcance para cubrir todos sus contenidos. Es por ello que, además de definir concretamente un tema, también se deben puntualizar otros elementos tales como las ideas centrales y los mensajes clave.

Este apartado es una orientación para realizar dicha definición. Para realizar este ejercicio, no se utiliza ninguna matriz, sino que el equipo o persona responsable deberá disponer de una computadora y estructurar las siguientes orientaciones en un documento de texto.

La idea central o idea fuerza:

La idea central, también llamada idea fuerza, es la parte específica del tema que se quiere exponer o posicionar.

Los temas pueden ser muy generales, pero**la idea central es la idea fuerza que usted quiere comunicar**: aquello que desea **que la gente recuerde siempre**.

Un elemento que ayuda a establecer la idea fuerza es el objetivo que se planteó para su actividad, pues además de delimitar lo que usted se propone, también es una indicación de la idea central. Por ejemplo:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| El tema es… | El objetivo es… | La idea fuerza es… |
| Participación Ciudadana en el Poder Judicial | Informar a la población sobre los espacios y mecanismos para la participación ciudadana que existen en el Poder Judicial | En el Poder Judicial existen espacios y mecanismos para la participación ciudadana. |
| Las Víctimas de violencia doméstica no están solas. | Informar a la población, particularmente a las víctimas de violencia doméstica, que existe una normativa y mecanismos para garantizar su protección | Las víctimas de violencia doméstica cuentan con una normativa y mecanismos que garantizan su protección. |
| Las personas migrantes en Costa Rica | Sensibilizar a la población sobre los derechos de las personas migrantes en Costa Rica. | Como habitantes de Costa Rica, las personas migrantes tienen derechos. |

Como se ve, el tema engloba lo general, mientras que **la idea central rescata un aspecto concreto a desarrollar.**

¿Qué sigue?

* Partiendo de la información anterior, defina la idea central y anótela en el documento de texto.

Los mensajes clave:

La idea fuerza necesita una serie de mensajes clave para lograr su posicionamiento. Este componente consta de dos partes que se explican a continuación.

1. **Definición de los mensajes clave:**

**Los mensajes clave son pedacitos** que componen la idea central. Ayudan a que las **personas comprendan más fácilmente** lo que se quiere posicionar.

Una idea puede tener muchos mensajes clave, pero una actividad de participación ciudadana no puede cubrirlos todos. Incluso aquéllas más extensas, deben limitar el número de los mensajes que quieren posicionar en la población.

Es recomendable manejar un máximo de cinco mensajes clave para posicionar el tema. Por ejemplo:

|  |  |
| --- | --- |
| Tema: “Las víctimas de violencia doméstica no están solas” | |
| **Idea central** | **Mensajes clave**  *(aquí se colocan, de manera general, pero deben ser detallados)* |
| Las víctimas de violencia doméstica cuentan con una normativa y mecanismos que garantizan su protección. | 1. Los derechos de las víctimas de violencia doméstica  2. Garantías(\*) para las víctimas de violencia doméstica:   * Medidas de Protección * Pensión alimentaria * Posibilidad de solicitar protección a un fiscal o fiscala   (\*) *Cada una de estas garantías debe ser detallada.*  3. Deberes de las víctimas de violencia doméstica  4. Servicios y Oficinas al servicio de las víctimas de violencia. |
| *Fuente: para elaborar este ejemplo se utilizó el Instructivo “Ley de Penalización de la violencia contra las mujeres” de la Comisión Permanente para el seguimiento de la atención y prevención de la Violencia Intrafamiliar, Poder Judicial.* | |

1. **Ubicación o elaboración de materiales:**

El paso siguiente a la definición de los mensajes clave, es colocarlos en el texto o, en el caso de campañas y otras actividades similares, producir los materiales impresos, digitales o audiovisuales. Por ejemplo: volantes, desplegables, afiches, videos, audios, anuncios. etc.

Eso sí, recuerde que cada formato tiene ciertos requerimientos. Por ejemplo:

* Los materiales impresos, deben contar con una redacción clara y concisa y las ilustraciones utilizadas deben corresponder con lo que se dice. Esto aplica para volantes, desplegables y afiches.
* Los materiales audiovisuales tienen requerimientos técnicos propios y pueden ser más caros. Acuda a personas que tengan conocimientos sobre este tipo de herramientas, para generar productos de calidad que a la larga sirvan para otros fines dentro de la Institución.
* La línea gráfica debe mantenerse en todos los productos que se generen.
* Además deben tomarse en cuenta criterios de accesibilidad de inclusión, los cuales pueden ser revisados en el documento [características de la información dirigida a la ciudadanía](http://intranet/participacionciudadana/images/guia/descargas/Caracteristicas_de_la_informacion_dirigida_a_la_ciudadania.pdf).

**Nota:**

El apartado sobre [promoción](http://intranet/participacionciudadana/images/guia/documentos/convocatoria-promocion.html) tiene más ideas y sugerencias que pueden ser útiles para el diseño y la elaboración de materiales.

¡Mucho ojo!

* Antes de empezar a elaborar materiales: consulte. En las oficinas vinculadas con su tema o en algún lugar de la Institución puede ser que alguien tenga materiales que usted necesita.
* Consulte también a otras instituciones que manejen el tema: otros Poderes de la República, Universidades y Organizaciones Sociales. Alguien puede haber hecho ya ese material.
* Es posible que le faciliten material impreso, o que le faciliten las plantillas o archivos originales para que usted los modifique y reproduzca.
* Estos materiales también deben ser revisados para que cumplan con los criterios de inclusión y accesibilidad mencionados anteriormente.
* ¡Fundamental!: recuerde acudir a las instancias oficiales del Poder Judicial para solicitar apoyo en la elaboración de materiales. Por ejemplo CONAMAJ y el Departamento de Prensa y Comunicación Organizacional

¿Qué sigue?

* Retome el documento de texto y elabore una propuesta de mensajes clave para su tema.
* Si requiere materiales, haga un punteo de posibles lugares dentro y fuera de la institución donde cree que se pueden encontrar materiales pertinentes a su tema.