

MINUTA DEL PANEL DE EXPERTOS

Siendo las 08:00 hrs del día 20 de junio de 2012 se da inicio la sesión

Asistentes:

- Sra. Lore de la Vega Valladolid, Lic. Anilu Avendaño Fierro, Dpto de Educación Mpal.
- Profra. Aurelia Bedolla Sánchez, (Rep. De Prof. Sixto) Servicios Regionales de SEPyc
- M.C. Ma. Gpe. López Gaitán, Red Municipal de Bibliotecas Públicas
- Ing. Marcelino Gallardo, Patronato Pro Educación de Ahome.
- Lic. Martin González Burgos, Secretario Académico Unidad Regional Norte UAS
- Lic. Antonio Mártir Mendoza, Dir. de Planeación e Innovación Gubernamental
- Lic. Julio Cesar Leyva, Signo Publicidad
- Ing. Jesús Humberto Reyes, Instituto Politécnico Nacional
- Ing. Pedro Silva Medina, Instituto Tecnológico de Los Mochis
- Lic. Anissa A. Roberts, Directora de Proyectos de Inversión Ingenio
- Lic. Cynthia Ibarra López, Coordinación de Capacitación y Formación de CIE

Faltaron y estaban invitados

- Lic. Juan Carlos Beltrán I, Universidad de Occidente
- Roberto Castillo Armenta, Departamento de Serv. Regionales de SEPyc, Zona Norte.
- Héctor Guillermo Pacheco Domínguez, Coord. Sec. 27 SNTE

ASUNTOS:

1. Se realiza el registro de asistencia.

2. Anilu comenta acerca de las actividades que se han realizado en el Departamento de Educación:

- Se hace la invitación para la semana de la Ciencia y la Tecnología, que será del 15 al 19 de Octubre del presente con el tema “.
- El Departamento de Educación y los presentes hacen una felicitación al Patronato ProEducación por ser ganador de entre un grupo de 133 instituciones participantes en los Premios Compartir XXIV Edición, en la categoría de Institución en Educación. El Premio será entregado en septiembre en la Ciudad de México y consiste en una estatuilla, un diploma, dinero en efectivo.

3. La Sra. Lore presentó a los integrantes del Panel y el invitado especial el Lic. Julio Cesar Leyva de Signo Publicidad.

4. El Lic. Julio Cesar nos comenta que todo el equipo de Signo Publicidad se reunió para crear un concepto con una lluvia de ideas y escoger un camino, así fue cómo surgió la propuesta de campaña que nos presento a continuación.

Al estar presentando la propuesta de campaña, surgieron comentarios como:

5. El Ing. Pedro, dice que el slogan está un poco escondido, Julio comenta que es el gancho visual.

6. La Lic. Anissa, dice que se puede poner otra imagen, alguien exitoso que no se le dio la oportunidad, que tiene el potencial, pero que no lo ha podido explotar. Comenta que ella tiene amigos tatuados y que las personas tatuadas, no necesariamente son delincuentes.

7. El Ing. Marcelino expresa que él trabaja con chicos de preparatoria, se puede poner algún elemento que diga que se fue por el camino equivocado, que no solo fue porque es burro, sino por otros factores como la situación económica, familiar, social.

8. Lic. Martin Glz., de entrada me parece buena, creo que si tendría el impacto, a mi me queda bien claro de que algo está pasando, a la población le va a quedar claro que algo tenemos que hacer. Se entiende como que su ó mi voluntad fue débil, fui irresponsable, que nadie me dio los medios, está bien así, también utilizando otras imágenes.

9. Lic. Julio, explica que a mayor riesgo, mayor posibilidades de éxito tenemos. No se piensa dejar la campaña sola, se darán entrevistas, hay que sensibilizar con explicaciones y justificación y cuando nos pregunten ¿Qué significa eso?, les diremos: Se creo para que abramos los ojos. Todos estamos en contra de las orejas de burro y es cierto a nadie nos gustan, pero a ver ¿qué estás haciendo tú?

10. Lic. Cinthia, expone que está de acuerdo con muchos de los comentarios y que a ella como pedagoga le causa algo de conflicto, sería revivir las orejas de burro, porque ahorita está el bullying, y quizá esto les de nuevas ideas. Creo que será un gran paquete el justificar la campaña.

11. Poupee dice: A mí me costó mucho trabajo entender en si todo el concepto de la imagen y el logo se me hace que le falta definición, no se entiende mucho hasta que se ve de cerca. Opino que lo prueben con la gente, si efectivamente están entendiendo que es, NO a las orejas de burro.

12. Ing. Humberto comenta: Estoy de acuerdo con todos los comentarios, solo mi duda es que si los niños y jóvenes de la actualidad ¿Conocen las orejas de burro? La Sra. Lore le dice que quien va a apoyar la campaña si las conocen.

13. Ing. Pedro dice: yo estoy más a favor de los mensajes positivos. Propongo que enviemos por correo nuestros comentarios, lo que me hace reflexionar y me llama la atención. Porque también puede pasar que un niño con un papá tatuado piense que su papá es así, un delincuente.

14. Lic. Martir propone poner a un indígena con orejas de burro. Comenta que en la actualidad un artista que no tiene tatuajes, esta out. Que México en educación está en los últimos lugares de los países evaluados. Pero que entiende que la campaña va dirigida a la sociedad, no solo a una persona o a un rubro.

15. Sra. Lore dice: La polémica que está causando aquí, me dice que la campaña va a ser un éxito. La campaña puede tener muchas interpretaciones y muchos otros ejemplos, para eso también necesitamos sus experiencias y retroalimentación, Otro caso por ejemplo puede ser el papá o mamá que no tuvo una conversación a la hora de la comida, eso también repercute mucho en la vida de los niños y al que le quede el saco, que se lo ponga.

16. Para cerrar el Lic. Julio Cesar comenta estar contento y satisfecho con todos los comentarios, que en ningún momento se sintió aludido, ni ofendido, que para esto son las presentaciones, para obtener opiniones y puntos de vista.

17. Se da por terminada la reunión siendo las 9:10 hrs.

Nota: Se recibirán los comentarios de la campaña al correo educación.operativo@gmail.com