

Caso: La Palabra También Golpea #PongámoslePunto

La campaña surge como respuesta y estrategia de intervención territorial de la Universidad ante la necesidad de visualizar una problemática acuciante de nuestro tiempo: "la violencia cotidiana". Tema propuesto por los Centros de Salud del Hospital Zonal Bariloche y basado en una investigación cuantitativa realizada por los estudiantes de la materia Marketing Estratégico de la Licenciatura en Administración de la Universidad de Río Negro Sede Andina.

Diagnóstico:

Se observó en el estudio realizado que las personas entrevistadas no podían conceptualizar el término violencia, más allá de grados de agresión. Al no poder conceptualizar el concepto, no se le asigna un significado al mismo, por lo que no se puede comprender esa realidad. Este hecho hace que sin darnos cuenta convivamos con ciertos grados de violencia cotidiana en la calle, en el trabajo, en el hogar, en los medios de comunicación en las redes sociales, sin percibirlos como tales. Nos acostumbramos a la violencia, no la percibimos y por ende no tenemos estrategias de solución.

Después del análisis de cada uno de los casos del total de la muestra, se determinó que la violencia verbal afecta a un 41% de los casos.

Objetivo:

Teniendo estos datos, a través del marketing social, se diseñó y desarrolló una campaña de bien público, para comenzar a **conceptualizar la violencia, y así visibilizarla y concientizar enfocándose en la violencia verbal.**

El público objetivo de la campaña es la comunidad de Bariloche, haciendo foco primero en los pacientes de los centros de salud, y en los establecimientos educativos.

Estrategia Creativa:

Como eje comunicacional de la campaña se decidió trabajar sobre la violencia verbal, debido a que la misma se encuentra en todas las situaciones de violencia cotidiana analizadas. Se definió realizar 7 afiches y 1 spot audio visuales.

Las piezas gráficas, representan las situaciones de violencia cotidiana que están más naturalizada: en el hogar, en los establecimientos educativos, en el tránsito, en los medios de comunicación y en las redes sociales. Se agregó un afiche que es la estrategia de solución sobre la violencia, soluciones que expresaron los mismos encuestados.

Con respecto a la estrategia creativa, a partir de diferentes abordajes, se elaboró el eje comunicacional y slogan de la campaña: "La palabra también golpea" #PongámoslePunto.

El mismo recorre transversalmente toda la campaña. Una pregunta asociada a la imagen del afiche, que reflexiona sobre una violencia cotidiana, a su vez cada afiche contiene datos concretos relevados de la investigación, como elemento clave para visibilizar la violencia. Por otra parte se elaboró una frase que hace reflexionar para concientizar y motivar positivamente hacia el cambio.

Para el spots, los estudiantes realizaron el guion y el Centro de Producción y Contenidos Audiovisuales de la Universidad Nacional de Río Negro, lo filmó donando su trabajo. Se logró producir un spot: "Tobías" donde refleja la violencia verbal de los padres en el fútbol infantil. Una de las situaciones de violencia cotidiana y verbal que se naturalizan más en la sociedad en su conjunto y particularmente en Bariloche.

Impacto Social:

Modificar la actitud de las personas hacia la violencia verbal. Darse cuenta que los gritos, insultos, agresiones, no son la solución ante los obstáculos que se nos pueden presentar a diario.