

CUARTO CERTAMEN DE VIDEO DIGITAL

“Somos así” ¡Rompe con los estereotipos!

INFORMACIÓN INICIAL Y NOTICIAS

“Jóvenes se ríen de un discapacitado psíquico”

“Detenido por 'colgar' en Internet un vídeo 'humillante' de un disminuido psíquico”

“Muere un joven chino después de estar tres días seguidos jugando por Internet”

“Detenidos 22 usuarios de Internet, entre ellos seis menores, por distribuir pornografía infantil”

“Tres menores queman vivo a un indigente en Córdoba y graban la agresión con sus móviles”

Estos son algunos titulares en los que se muestra el comportamiento delictivo o violento de algunos jóvenes y que han tenido un gran impacto en la imagen que tiene la población adulta de la juventud y del uso que ésta hace de las tecnologías. Pero es importante tener en cuenta que este tipo de comportamiento no es lo habitual, sino que una gran mayoría de jóvenes participa de actividades de voluntariado, y defiende valores como el respeto por los demás o la solidaridad.

Se os está dando la oportunidad de mostrar a través de este spot la realidad de cómo sois y cómo os comportáis al hacer uso de las tecnologías, con el objetivo de eliminar los prejuicios sociales acerca del comportamiento de los jóvenes con respecto al ocio y las tecnologías. Partiendo del slogan “Somos así”, vuestra tarea será desarrollar un spot que resulte atractivo, llamativo, original..., teniendo siempre en cuenta a la persona a quien va dirigido el spot; la población adulta.

OBJETIVOS

El objetivo de la campaña publicitaria que se os propone es que vosotros, organizados como agencia de publicidad, reflexionéis sobre cómo se puede cambiar la opinión de aquellos que pudieran tener una visión negativa acerca de la cultura del ocio juvenil.

MENSAJE GENÉRICO DE COMUNICACIÓN

Para llegar a vuestro destinatario tendréis que transmitir de forma clara cualquier idea que tenga como fondo el concepto de “Somos así”.

PÚBLICO

Es necesario pensar en el destinatario de la campaña: padres, educadores y en general la población adulta, que son el principal público. Pensad y poneos en el lugar de vuestros propios padres para saber cómo dirigiros a ellos.

Otros aspectos a tener en cuenta:

Además, será necesario tener en cuenta el tono y el estilo del spot (humorístico, dramático, informativo...) para llegar al público al que habéis pensado dirigir la campaña.

“Somos así”

Anunciante: Injuve.

Problema: El problema que se os plantea es la existencia de prejuicios hacia la cultura del ocio juvenil, considerada con frecuencia como violenta y conflictiva.

Mensaje: A través del spot, debéis transmitir la idea de cómo sois (realmente) y cómo actuáis con respecto a la tecnología.

Objetivo: Se trata de crear un spot que haga que población adulta elimine los posibles prejuicios hacia los adolescentes.

Tono: El tono del spot puede ser original, creativo, original, llamativo, etc.

Público: Padres y población adulta en general.

Estrategia: Puede utilizarse cualquier estrategia que consideréis útil para lograr vuestro objetivo.

Medios: Se podrán utilizar todo tipo de recursos en la elaboración del spot, que tendrá una duración de aproximadamente 30 segundos.