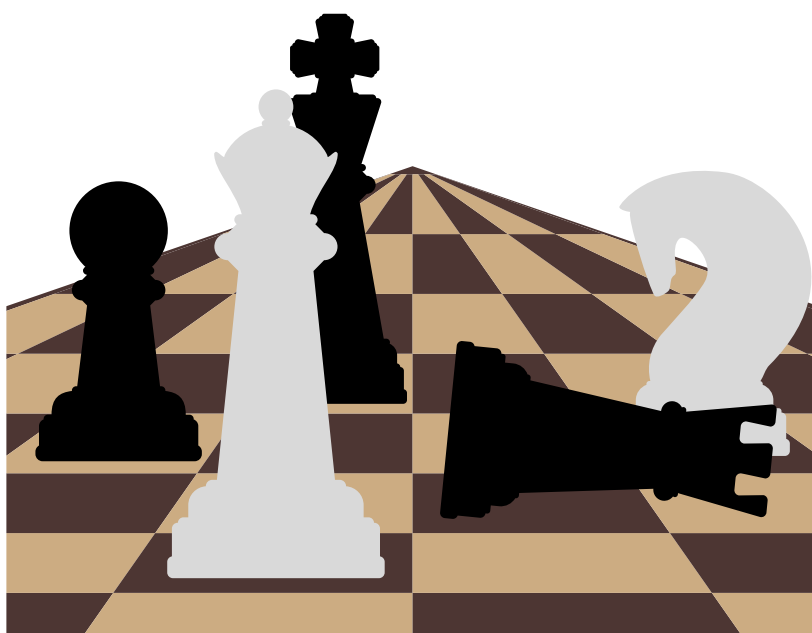




ESTRATEGIA

#NUESTROFUTURO2030



#MIEUROPA2030



NUESTROFUTURO30



NUESTROFUTURO2030

QUIÉNES SOMOS



Lucía Encinas

Estudiante de Estudios Internacionales. En mi tiempo libre me gusta bailar y actuar, y también aprender sobre diferentes culturas.



Anaís Álvarez

Tengo 24 años, estudio Derecho de la Unión Europea y en mi tiempo libre me gusta ver películas y viajar por toda Europa.



Adela Misu

Estudiante de Comercio Internacional. Entre mis hobbies destaco la lectura, los idiomas y viajar. No en ese orden, pero siempre en buena compañía.



Julia Fernández

Estudiante de Derecho y Ciencias Políticas en la UAM. Soy una eurofreaki convencida e intento poner en práctica mis ideales a través del activismo juvenil.



OBJETIVOS

El objetivo de esta propuesta de estrategia comunicativa es hacer llegar el mensaje del Pacto Verde Europeo propuesto por la Comisión Europea con la presidenta Ursula von der Leyen a la cabeza. No solo se pretende explicar qué es el **Pacto Verde Europeo** y su finalidad, sino que se presentan además algunas de sus características concretas y su plan de acción. Es importante destacar que, visto que **la cuestión medioambiental nos afecta a todos**, esta campaña también tiene por objeto sensibilizar a su público objetivo.

DESTINATARIOS

El público al que nos dirigimos es principalmente las personas **jóvenes**, pero también cualquier usuario de redes sociales. Queremos que cualquier persona a la que lleguen nuestras comunicaciones se vea identificada y se pare a **reflexionar** aunque por un instante.

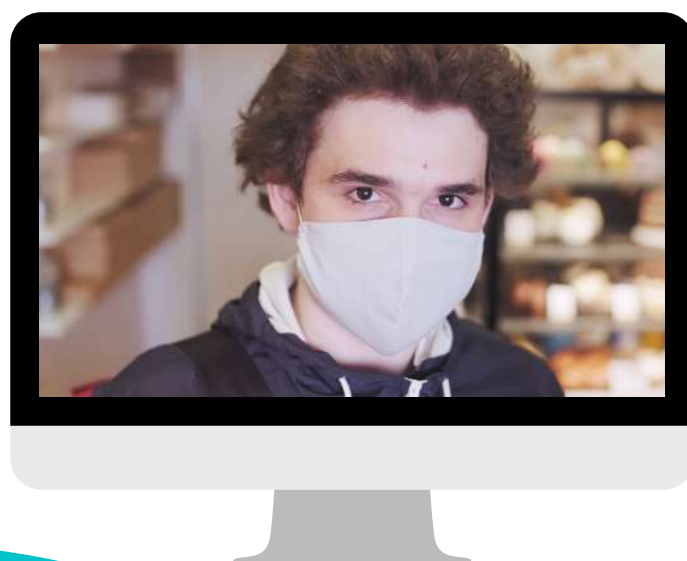
RECURSOS

No hemos invertido recursos económicos pero sí materiales en esta propuesta. Además de nuestros ordenadores personales, hemos usado **programas de software** y herramientas en línea tales como Google Drive, Canva.com, Adobe Premiere, Photoshop, After Effects o Paint. Además, hemos invertido buena parte de nuestro tiempo libre en **informarnos sobre el Pacto Verde Europeo, crear ideas y desarrollarlas**. Todas los fragmentos de vídeos así como imágenes, iconos o ilustraciones usadas en este proyecto carecen de derechos de autor.

IMPACTO

En primer lugar, hemos realizado un **vídeo** de una duración de unos 2 minutos y medio con el que pretendemos **sensibilizar y crear un impacto en el espectador**. Este vídeo se difundirá en varias redes sociales (Instagram, Twitter).

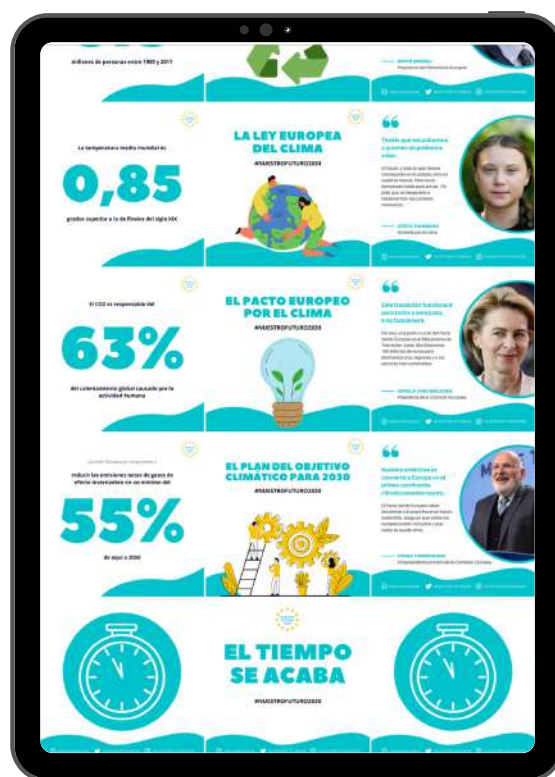
El proceso para crear este vídeo fue bastante complejo: una vez tuvimos la idea, redactamos un **primer guion borrador** sobre el que trabajamos en primera instancia hasta encontrar un texto convincente y que transmitiera el mensaje que queríamos. Posteriormente y de acuerdo con el texto, **buscamos los vídeos e imágenes** e hicimos distintas **grabaciones del sonido**. Incluimos además como **elemento innovador y propio** el cronómetro de fondo que avisa al espectador de la urgencia de actuar contra el cambio climático. El cronómetro se programó con el programa **After Effects**. El montaje de imagen y audio se llevó a cabo con el software **Adobe Premier**.



INSTAGRAM

Los posts e historias de Instagram se han realizado con el programa en línea **canva.com**. Con ellos, se pretende llegar al máximo número de personas, dado el peso de esta red social, **informando de forma clara y concisa** sobre las medidas que incluye el Pacto Verde Europeo. De manera adicional y para despertar aún mayor interés, se irán publicando los denominados **#Ecoquiz**, para llamar a la participación de los jóvenes. Toda la información y datos objetivos se han extraído de la **página oficial de la Comisión Europea** o de sus distintas publicaciones.

Todos los posts están disponibles en nuestra **estrategia para Instagram.**



TWITTER

Una serie de mini **historias basadas en hechos reales** publicadas a través de hilos de twitter ayudarán a **crear conciencia** de que los efectos del cambio climático se están produciendo aquí y ahora. El objetivo es eliminar esa falsa idea de que quedan todavía muchos años para que empecemos a notar esos efectos o que estos solo llegan a lugares remotos del mundo.

Además, el formato de mini historia, muy popular ahora en twitter, pretende asimismo **enganchar a los lectores**, a los que se les formula una pequeña pregunta para mantener aún más su **suspense**. Las mini historias se rematan, así, con información sobre qué está hará el Pacto Verde Europeo para revertir la problemática presentada. Estos hilos se irán intercalando con **información objetiva y datos** (algunos comunes a los usados en Instagram) del Pacto Verde Europeo e imágenes.



Todos los hilos y tweets están disponibles en nuestra **estrategia para Twitter**.

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN

Los productos comunicativos se irán publicando de forma **constante** y **equilibrada** desde el día en que recibamos el visto bueno hasta la fecha final que se nos especifique por parte de los organizadores del concurso. Teniendo en consideración el período total con el que contemos para difundir toda nuestra estrategia, llevaremos a cabo un plan que nos ayude a mantener nuestra presencia en redes sociales de forma constante.

Ya hemos creado tanto una cuenta de **instagram**, como una de **Twitter** y esperamos que ambas vayan creciendo progresivamente.



CONCLUSIÓN

Nuestra campaña abarca distintas redes sociales para obtener un claro **impacto en los jóvenes** y que despierte, así, su interés. Nuestra idea es conseguir el mayor número de seguidores posible e intentar, así, llegar a una **amplia variedad de perfiles**.

El video **sensibiliza sobre la cuestión climática**; los hilos de twitter **despertarán la curiosidad** de los lectores, que quedarán bien informados con otros tweets informativos intercalados; y, finalmente, los posts y las historias de instagram, a modo de infografías, darán **datos e información objetiva** acerca de cuáles son los objetivos del Pacto Verde y qué se está haciendo en la práctica.



esglobal

