

Diferencia salarial entre hombres y mujeres . Mi campaña publicitaria sobre la brecha de género

1. El nombre de la campaña que he ideado sería el hashtag #YoSoyBigénero. Según he leído en un artículo de una web científica (www.xakataciencia.com) existen casos en los que una persona se siente hombre y mujer simultáneamente, en estos casos hablamos de bigendrismo. Tratándose de un problema de diferencia salarial entre hombres y mujeres la idea de hacer desaparecer la diferencia de sexos solucionaría el problema. Si todos pertenecemos al mismo sexo desaparece la diferencia salarial entre sexos, es sencillo. El hecho de utilizar un hashtag es obviamente para que la difusión por redes sociales sea más sencilla o rápida y facilitar la viralización de la campaña, pues tratándose de un tema de problema salarial la campaña va dirigida sobre todo a personas laboralmente activas. Por desgracia a partir de cierta edad se complica el hecho de encontrar trabajo, por lo que quizá las personas de cincuenta o cuarenta años para abajo son el público más interesante y creo que en estas edades se comprende lo que es un hashtag y se sabe utilizar, aunque esto quizás sería más conveniente tratarlo en el siguiente punto.
2. Tratándose de un problema salarial, el público al que va dirigido la campaña debería ser la población laboralmente activa pues es a quien afecta de forma más directa. Pero si lo pensamos, el problema real es que las mujeres cobran menos que los hombres por el hecho de ser mujer así que el principal objetivo es la mujer que es la que se ve afectada por el problema. Tenemos que tener en cuenta que, a pesar de que existirá un pequeño porcentaje de hombres que se solidaricen con la campaña, la realidad es que aquellos que se ven beneficiados por la brecha no van a posicionarse de nuestro lado y renunciar a parte de su salario. Entonces, nuestro principal objetivo serán las mujeres laboralmente activas y de mediana edad, no creo que el estatus económico sea un punto relevante si afecta de igual manera a todas las mujeres independientemente del puesto que ocupen. También podríamos incluir como objetivo a aquellas mujeres que estén a punto de incorporarse al mercado laboral y estén acabando sus estudios, pues el tema les va a afectar a muy corto plazo.
3. Tratándose de un problema político, pues es un problema social cuyo origen está en el sistema establecido, hemos pensado en utilizar una estrategia de desarrollo intensiva y una estrategia competitiva de posicionamiento. Tenemos que hacernos un hueco en la mente del consumidor y hacerle consciente del problema actual, y tratándose de un problema “urgente” debemos ser agresivos y tratar de posicionarnos rápido en el “mercado”. Para ello actuaríamos principalmente en las redes sociales más utilizadas como son Twitter, Instagram, Youtube y Facebook. Si tuviéramos la posibilidad también actuaríamos en televisión con algún spot.

4. La primera de las acciones (no es que esté ordenándolas, en realidad todas actuarían en el mismo momento) sería la campaña que haríamos en Twitter e Instagram con el hashtag #YoSoyBigénero. Buscaríamos el apoyo de cuentas de relativa popularidad para dar impulso a la campaña acompañado de una dinámica hiperactiva twitteando casi sin parar, pero si esto no fuera suficiente se podría posicionar el hashtag en el Trending Topic número uno del país a través de un desembolso importante de dinero. Obviamente tanto esta como las otras acciones de la campaña irán acompañadas de una serie de imágenes necesarias que servirán para reforzar el mensaje. Siendo una campaña “social” se supone que no tengo demasiado presupuesto para llevarla a cabo, o eso he leído en anteriores tareas, pero en este caso no quiero que la gente me dé dinero para seguir con la campaña, la idea en sí es un poco surrealista quiero cambiar a la sociedad. Unas personas o empresas deciden gastar su tiempo y dinero en llevar a cabo una campaña social para tratar de cambiar algo que existe desde “el inicio de los tiempos”, una utopía pero ahí estamos, intentándolo, así que daré por hecho que tengo el dinero que yo considere necesario. Podríamos también hacer publicidad en Twitter e Instagram, hay tweets e imágenes en Instagram que aparecen en el timeline del usuario con una etiqueta en la esquina en la cual se aclara que se trata de publicidad. En Instagram la campaña quizás sería menos efectiva pero tratándose de una campaña intensiva tenemos que cubrir todos los flancos. La segunda acción sería llevar a cabo una grabación de un cortometraje o algún video de unos dos o tres minutos de duración en el cual se explicaría cual es el problema y qué debemos hacer para solucionarlo o en qué podrían colaborar los espectadores para ayudar. Durante esta grabación se llevaría a cabo también una sesión de fotografía. En este video y las fotografías se apoyarían el resto de acciones de la campaña, como bien sabemos hoy en día es necesario acompañar el mensaje de algo visualmente atractivo para que surta efecto. Las imágenes las utilizaríamos en todas nuestras redes sociales como es obvio (Twitter, Instagram, Facebook...), tanto las de vídeo como las de fotografía. Las de vídeo las utilizaríamos en todas pero sobre todo en Youtube que es la plataforma de vídeos más importante del mundo y en la cual es obligatorio estar. Teniendo en cuenta que tenemos un presupuesto muy gordo podríamos hacer el esfuerzo de acortar el vídeo para pasarlo a la televisión. Podríamos llevar a cabo un estudio que nos dijera qué programas suelen ver las mujeres e introducir nuestro spot en la publicidad de estos programas. Por último podríamos ir a las principales universidades del país e impartir charlas de concienciación a lo que será el futuro laboral de nuestro país, siendo personas que están a punto de incorporarse al mercado laboral es algo que les afecta directamente y de lo cual se tendrían que preocupar. Durante toda esta campaña podríamos fijar alguna fecha para crear algo así como una manifestación, aunque no estoy seguro de la legalidad de esto.