

El objetivo de la comunicación es informar, educar y entretener.

Cómo hemos ido viendo en clase, las redes sociales tienen una gran influencia en la sociedad. Un ejemplo de ello es el documental que vimos de Chiara Ferragni que pasó de ser una estudiante desconocida a ser una poderosa mujer de negocios.

Con el objetivo de ayudar en esta epidemia ha lanzado una campaña de crowdfunding para comprar material necesario para el tratamiento del COVID19. En 24 horas logró reunir 3 millones de Euros.

También algunos influencers tanto italianos como españoles han utilizado sus redes para concienciar a la población de la importancia de cumplir las normas que las autoridades sanitarias advierten bajo el hashtag #yomequedoencasa. <https://twitter.com/JorgesCremades/status/1237823952036208643>

También gracias a las redes sociales, estos momentos de encierro se están haciendo más llevaderos. Enviando iniciativas como las del aplauso a los profesionales de sanidad, memes e iniciativas para aprovechar el tiempo en estos días. Algunas empresas como la editorial Hearst han decidido abrir su contenido premium para que todo el mundo pueda leer sus revistas estos días. La creación del "Yo me quedo en casa festival" en Instagram o el auge de la red social House Party.

Desde las agencias de comunicación se ha transmitido el siguiente mensaje a todas las marcas:

**#PARAR
PARA
SEGUIR** _____

“Como agencias hacemos publicidad para parar el mundo. Ahora es el momento de hacer publicidad para pararlo todo.

Pedimos a todas las marcas de este país que penséis a largo plazo, olvidando el retorno de hoy para asegurar el de mañana.

Está en nuestras manos hacer que la gente consuma de manera responsable y, sobre todo, en sus casas. Es el momento de parar y reflexionar, porque cuando antes paremos, antes seguiremos”.

Y algunas marcas han respondido de una forma responsable difundiendo contenido que ayude a frenar el virus:

Coca-Cola Comunica @CocaColaCo_es

Estamos pasando por momentos difíciles, pero sabemos que entre todos vamos a superarlo. Gracias infinitas a los de [#YoMeQuedoEnCasa](#) y a los que lo dais todo por ayudar a los demás en esta situación. Ver tanta gente unida es lo que nos llena. ❤️👉

Gracias

245 21:54 - 14 mar. 2020

Orange España @orange_es

Es momento de quedarse en casa. Porti, portodos. [#conéctateencasa](#) [#frenalacurva](#) [#quedateencasa](#)

#quédateencasa

513 10:44 - 14 mar. 2020

242 personas están hablando de esto

Vodafone España @vodafone_es

Seguro que te lo estás preguntando: "Si me tengo que lavar las manos... ¿Qué hago con el móvil?"

Exactamente lo mismo.

Así debemos desinfectar nuestros teléfonos frente al [#Covid_19](#)

CÓMO LIMPIAR TU MÓVIL
(PARA EVITAR CONTAGIOS)

CADA DÍA TOCAS TU MÓVIL UNAS 2600 VECES

TU PANTALLA PUEDE ALBERGAR MÁS DE 600 BACTERIAS

UNAS 30 VECES MÁS QUE EN LA TAZA DEL VÁTER (OMG!)

¡RELAX! SIGUE ESTOS TIPS Y TODO ESTARÁ CONTROLADO:

1. APÁGALO Y RETIRA LA FUNDA Y DEMÁS ACCESORIOS
2. LÍMPIALO CON UNA TOALLITA DESINFECTANTE SUAVE (60% AGUA Y 40% ALCOHOL)
3. NO LO LIMPIES CON PRODUCTOS QUÍMICOS ABRASIVOS, DANARÁS LA PANTALLA (EJ: LIMPIACRISTALES)
4. NO SE LO DEJES A NADIE. ENSEÑA LOS MEMES TÚ MISMO, HARÁN GRACIA IGUAL

1.401 11:37 - 13 mar. 2020

Pero las marcas no solo son responsables cuando suceden cosas como esta, la mayoría de las marcas responsables lo son casi siempre. Una de las cosas que tienen en cuenta hoy es cómo mejorar la vida de sus clientes, empleados y otros grupos sociales.

Hyundai

<https://www.anuncios.com/VerPiezas/interactiva/nuevos-anuncios/1158399012101/hyundai.1.html>

IKEA

<https://www.anuncios.com/VerPiezas/interactiva/nuevos-anuncios/1157875012101/ikea.1.html>

Del mismo modo, las tendencias son recursos que emplean las marcas en comunicación para conectar con sus públicos y aunque no siempre de manera consciente, para seguir difundiendo esas tendencias o ideas. Un ejemplo muy sencillo es cómo la fama del Youtuber mallorquín Miquel Montoro sigue creciendo con colaboraciones como esta:

<https://www.anuncios.com/VerPiezas/interactiva/nuevos-anuncios/1158365012101/don-g.1.html>

O cómo Hyundai se compromete con la preocupación sobre el medio ambiente:

<https://twitter.com/HyundaiEsp/status/1234546514724151296>

1. Después de leer todo esto te presento un caso de una marca que necesita ayuda para darle la vuelta a la situación que está viviendo. Se trata de la cerveza Corona, una cerveza de origen mexicano, pero que se comercializa en casi todo el mundo. Podemos decir que es una marca a la que ahora mismo muchos rechazan por su nombre.

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200229/473840542524/coronavirus-curiosa-consecuencia-cerveza-corona-estados-unidos-video-seo-ext.html?jwsourc=cl>

<https://youtu.be/QoFHUHRWbM8>

<https://youtu.be/rN3BEJPC13Q>



El ejercicio consiste en crear una campaña en redes sociales para evitar que se siga extendiendo esta idea. Debes presentar:

- La idea
- El mensaje que quieres transmitir
- Formato: video, meme, imagen, etc
- Si vas a hacer alguna colaboración. ¿Con quién?
- En qué redes sociales
- Y si es una campaña pagada o se utilizarán solo los perfiles de la propia marca.