Taller de Diseño en Comunicación Visual VII.

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.

# Proyecto Memorial Avalancha Los Libertadores

# Definición de Objetivos.

- Reconstruir los hechos acontecidos previo a la tragedia, para comprender el quiebre de la cotidianidad al momento en que se originó la avalancha.
- Conmemorar la pérdida humana de las 27 víctimas del 4 de Julio de 1984, con la intención de mantener vigente el legado de los valientes trabajadores, quienes arriesgaban su vida en la montaña.
- Rememorar este hecho histórico como un precedente a tomar en cuenta, para que nunca más los trabajadores queden desprotegidos en sus labores.

# Contexto Comunicacional.

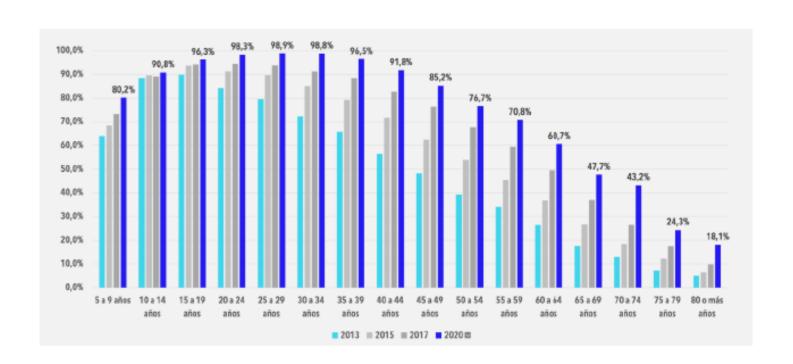
#### **PÚBLICO OBJETIVO**

Millenials y Baby Boomers.

Nuestros canales de comunicación serán medios digitales. Cabe resaltar que hay un segmento de nuestro público objetivo que por rango etario se podría ver cuestionado en cuanto a su participación en Internet. Pero las estadísticas avalan su participación y señalan que sí tienen un aumento de interacción en estos medios durante la última década para ser usuarios del proyecto.

#### CANALES DE COMUNICACIÓN

Medios Digitales, Redes Sociales, Pagina Web.



# Estrategia Comunicacional.

### reminiscencia

Del lat. tardío reminiscentia, y este der. del lat. reminisci 'recordar'.

1. f. Acción de representarse u ofrecerse a la memoria el recuerdo de algo que pasó.

#### **MENSAJES CLAVES**

La vida de los trabajadores fallecidos era importante, debemos reconocerla.

Hay que mantener vivo el recuerdo de aquel 4 de Julio de 1984 en la memoria de nuestro país.

La tragedia de Los Andes debe ser un precedente, para que nunca más existan trabajadores en riesgo en Chile.

#### **PLAN DE MEDIOS**

Plataformas digitales.

Basándonos en nuestro análisis Benchmark. Una web nos da la posibilidad de tener un memorial en la comodidad de nuestra casa, no es necesario un lugar físico, podemos compartirlo y llevarlo a todas partes. Ademas buscamos generar un sistema con la ayuda de redes sociales como Twitter, Instagram y Facebook sumando códigos QR.

# Análisis Foda.

#### **AMENAZAS**

- No lograr interpretar de forma óptima nuestros objetivos ni la emotividad del relato. (Gráfico o narrativo).
- No lograr aproximarnos al público objetivo y que al mismo tiempo no se sientan atraídos al proyecto
- No segmentar el contenido para nuestro público objetivo. (Debido al amplio rango etario).

#### **FORTALEZAS**

- Recurrir a la emotividad.
- Narrar de manera cronológica los hechos sintetizando la información.
- Enfocarnos en las personas y no en la tragedia en sí.

#### **DEBILIDADES**

- No abarcar en el proyecto a las víctimas no fatales de la tragedia.
- No presentar una imagen de las víctimas no fatales en el presente.
- Falta de información de las víctimas antes de la tragedia.

#### **OPORTUNIDADES**

- Hacer partícipe a los usuarios de forma interactiva y así generar más atracción al proyecto.
- Mantener presente en las personas el recuerdo de las víctimas.
- Concientizar sobre las condiciones laborales de seguridad en el paso Los Libertadores.

# Acciones a Realizar.

- Recopilar los hechos e información más relevantes y anecdóticos de las víctimas antes de la tragedia.
- Con la información recopilada comenzar a generar un relato emotivo y adecuado para nuestro público objetivo
- Trabajar en solucionar o disminuir nuestras amenazas y debilidades.
- Diseñar un sistema de navegación cronológico e intuitivo mediante el uso de canales digitales.
- Difundir el contenido a través nuestro plan de medios.