

Antecedentes

Mendiola Moreno, E. (2018). *Nuevas estrategias publicitarias: Llegando de manera efectiva a consumidores a través de mascotas*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de palermo

En este proyecto Mendiola (2018) investigó acerca de cuáles son los factores por los cuales las mascotas pueden ser una herramienta efectiva para llegar a nuevos clientes, y a su vez indaga acerca del posible vínculo que se establece entre estas y sus dueños. En relación al proyecto de grado que se propone, encuentro conexión en el tema planteado sobre la relación de las mascotas y sus dueños, pudiendo esto servir de herramienta y anclaje a la hora de realizar la campaña de reclutamiento de voluntarios, para de esta manera comunicar y llegar a personas que sienten mayor empatía con los animales por el hecho de tener o haber tenido uno en su hogar.

Voda, J. (2017). *Campaña de bien público para la preservación de la fauna: Animal Libre*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de palermo.

En este proyecto de grado, Voda (2017) trata la preservación de la fauna desarrollando una campaña de bien público que trata el encierro animal en Argentina para la ONG Animal Libre. Fue creado a raíz de descubrir que las campañas de bien público sobre encierro animal son escasas y sin alcance masivo, teniendo en cuenta que las ONG no cuentan con gran capital económico la campaña se realizó en redes sociales para reducir costos de pautas. En relación al presente proyecto de grado, se pueden apreciar tres temas que los conectan (campaña de bien público, animales, y redes sociales);

ambos proyectos tratando la desigualdad en animales que están situación de calle o de bajos recursos, buscando promover el mensaje en redes sociales para darle mayor difusión llegando al público objetivo teniendo el menor costo posible en pautas.

Martinez, P. (2017). *Un fundación que reaviva la esperanza: El caso perritos de Villegas*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de palermo.

En este proyecto de grado, Martinez (2017) analiza el branding de la ONG Perritos de Villegas, buscando difusión de los atributos, características de la marca, la causa de la que se ocupa y qué acciones o actividades realiza para mejorar la problemática social, todo esto difundiendo en redes sociales. En relación al presente proyecto de grado, se relaciona en temas ligados a las campañas de bien público tales como el uso de redes sociales para difundir acciones. y realización de actividades ligadas a la solución de una problemática social que involucra a los animales.

Olaya Carrillo, L. (2015). *El rumbo verde en la tecnología: Campaña de reciclaje para Unilever*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de palermo.

En este proyecto de grado Olaya (2015) realizó una campaña que busca despertar el cuidado del medio ambiente en la ciudadanía buscando la respuesta de relacionar una publicidad capitalista con el bien común utilizando el área de dirección de arte para llegar a un costado más sensible de cada espectador. En relación al presente proyecto de grado, puede anclarse por la perspectiva del reciclaje, ya que se piden cajas de leche vacías para la

creación de cuchas recicladas para perros, por lo que se está incitando al reciclaje de las mismas en vez de tirarlas como desechos.

Alemann, M. (2014). *El creativo en una campaña ecológica (Caso Ombu Lifestyle)*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de Palermo.

En este proyecto de grado, Alemann (2014) se plantea la creación de una campaña publicitaria integral y ecológica desde la perspectiva de un director de arte, teniendo en cuenta que la marca no cuenta con un amplio capital para la difusión de la campaña se utiliza las redes sociales para abaratar costos. En relación al presente proyecto de grado, encuentro similitud en cuanto a la distribución del mensaje en redes sociales, hacerlo de la forma más efectiva llegando a quienes hay que llegar, y por otro lado, el hecho de hacer una campaña de una marca ecológica, como comunicar la misma y de manera correcta.

Killy, A. (2015). *Proyecto bajo techo: Perros de nadie, problema de todos*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de Palermo.

En este proyecto de grado, Killy (2015) plantea una campaña de bien público en donde se trata la problemática de sobrepoblación canina en situación de calle, y con ella buscar llegar al público para conseguir la ayuda comunitaria y construir viviendas caninas para aquellos animales que no tienen un hogar estable. En relación al presente proyecto de grado, es ampliamente referente, compatible y de gran ayuda ya que trata directamente la misma problemática planteada que es la superpoblación canina, la falta de recursos para darles un

hogar o techo adecuado que los proteja de lluvias y bajas temperaturas, y la reclutación de personas que puedan donar tiempo para crear cuchas. La diferencia que se puede encontrar es entre la creación de cuchas recicladas por un lado, y por otro la creación de cuchas sin importar el tipo de material.

Roldan Cruz, M. (2012). *Los animales también sienten*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de Palermo.

Este proyecto de grado, Roldan (2012) tiene como objetivo general utilizar medios no convencionales (BTL) para concientizar, comunicar y manifestar a la sociedad el sufrimiento de las mascotas domésticas generado por el maltrato de las personas hacia ellos. En relación al presente proyecto de grado, hay compatibilidad por ser uno de los temas a tratar el maltrato animal, ya que el mismo no es solo referido al maltrato físico sino también psicológico, al hecho de abandonarlos o dejarlos en zonas abiertas en época de bajas temperaturas, por lo que se propone la creación de cuchas recicladas para que estén a resguardo.

Cardenas Buitrago, A. (2011). *Generando conciencia para un cambio de actitud frente a la discapacidad: Uso de las redes sociales en campañas de bien público*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de Palermo.

En este proyecto de grado, Cardenas (2011) desarrolló mediante un plan estratégico de marketing viral y comunicación para la Asociación sin fines de lucro La Usina, un valor significativo para la transformación real del entorno cotidiano de las personas, buscando promover un cambio de actitud positivo en la comunidad frente a las personas con discapacidad. En relación al presente

proyecto de grado, se puede relacionar en cuanto a dos aspectos; por un lado el objetivo de las campañas de bien público que es informar e incentivar un cambio en el comportamiento de las personas en cuanto a una problemática, y por otro lado su consiguiente difusión en redes sociales para impulsar este mensaje.

Sanabria, L. (2014). *Dirigiendo el arte del reciclaje: Reciclaje con microorganismos*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de Palermo.

En este Proyecto de Grado, Sanabria (2014) propone el rediseño y desarrollo de una campaña publicitaria para comunicar el lanzamiento de una marca encargada del reciclaje en CABA con ayuda de microorganismos que no contaminan, buscando concientizar a los ciudadanos de cómo cada uno puede contribuir separando los residuos de su hogar para así poder minimizar la problemática de exceso de residuos en capital federal. En relación al presente proyecto de grado, se puede anclar desde la perspectiva del reciclaje, la concientización de reciclar y darle uso a materiales reutilizables como las cajas de leche vacías dándole además de un nuevo uso, una solución a otra problemática social como la superpoblación canina en el conurbano.

Montaña Barrios, N. (2011). *Publicidad de bien público: Nuevos públicos nativos digitales*. Proyecto de graduación Facultad de Diseño y Comunicación: Universidad de Palermo.

En este proyecto de grado, Montaña (2011) trata la temática de campañas de bien público analizando las nuevas opciones que puedan beneficiar a las ONG en la ciudad de Buenos Aires, refiriéndose a las redes sociales como nuevos

públicos que surgen con la evolución de la tecnología, el aumento en el uso de dispositivos móviles con acceso a internet y haciendo foco en por qué las campañas de bien público deberían apuntar mayormente su comunicación en medios digitales. En relación al presente proyecto de grado, es un aporte que resultara útil en el desarrollo del mismo, analizando la influencia e importancia de las redes sociales y medios digitales en la campaña de bien público propuesta, para poder llegar al público objetivo mejorando algunos aspectos y falencias de las campañas de bien público tradicionales.