

Una acción que pegó fuerte

Publicado en: [Publicidad](#)

“One photo a day in the worst year of my life”: un viral contra la violencia de género con un verdadero “punch” de creatividad.

Un research semanal en la web de todas las nuevas acciones y virales es algo que siempre empapa de ideas a nuestros creativos. Y si hay algo que nos encanta, es encontrar campañas en las que se logra darle una vuelta de tuerca a algo ya conocido. Es que muchas veces, ese “twist” potencia notablemente el mensaje y hace más efectiva la acción.

Esto es lo que logró la agencia Saatchi&Saatchi, utilizando el famoso recurso de videos que la gente suele subir a YouTube bajo el concepto de “One Photo a Day”, pero que en este caso toma un giro inesperado. La modalidad “One Photo a Day” es una tendencia que se da en diferentes redes sociales desde hace un tiempo. El mecanismo es sacarse una foto por día e ir subiéndola a una red social, o también sacarse una foto por día y al final del año, mediante un slideshow acelerado, mostrar todas las fotos consecutivamente para apreciar nuestro cambio. De hecho hay gente que lo está haciendo desde hace tiempo para subir el video dentro de 20 años.

La cuestión es que este video de una chica de Bosnia, realizado para concientizar sobre la violencia doméstica, en una semana logró más de 3 millones de reproducciones y se ubicó entre los 5 TOP VIEW VIDEOS de la semana en el mismo canal. Esto, además de haber generado miles de comentarios y notas de prensa, fue el caso que más repercusión tuvo sobre violencia doméstica a nivel mundial. Lo que destacamos es cómo se aprovechó el recurso trendy para generar una acción totalmente innovadora.

Al finalizar el video la protagonista muestra un cartel que dice: **“Ayúdame, no se si mañana estaré aquí”**.

Lo malo: a nivel mundial una de cada cuatro mujeres, sufre o sufrió algún tipo de violencia doméstica en su vida.

Lo bueno: el video no es real.

¡Mirá el video y el caso completo acá!