

PROYECTO LA LLUNA

1. Objetivos de Comunicación

El objetivo principal de la campaña es mostrar el compromiso de la Generalitat Valenciana en facilitar el acceso a la vivienda para jóvenes menores de 35 años. Con esta campaña buscamos concienciar sobre la problemática del acceso a la vivienda y resaltar las medidas que la Generalitat ha implementado, de una manera diferente y emblemática, para ayudar a los jóvenes a independizarse y asegurar una vivienda digna.

Por otro lado, buscamos que los jóvenes reconozcan el plan de medidas disponible y sientan que el Gobierno de la Generalitat es consciente de esta situación, que su mensaje de auxilio ha sido escuchado y que trabajan para paliar esta situación. creando un plan de acción que contempla diferentes medidas.

2. Estrategia Creativa

"Alarma Nacional: Acceso a la Vivienda"

Existe una emergencia inminente que afecta directamente a la juventud, exigiendo acción inmediata ya que como indican los expertos: ***“la falta de vivienda asequible se agrava año tras año”***. Se señala que el precio actual de la vivienda está conduciendo a la pobreza a muchos hogares con rentas medias, a tal nivel que 1 de cada 3 hogares en España tiene que hacer un sobreesfuerzo económico para afrontar el pago del alquiler, añadiendo también que la edad de emancipación supera por primera vez los 30 años en España, y que a una persona joven media, solo le quedan 37€ tras el pago de vivienda y suministros a fin de mes.

El barómetro del CIS de octubre ya sitúa la vivienda como el principal problema de los jóvenes menos de 34 años. A día de hoy, el 19% de los menores de 24 años afirma que los problemas para acceder a un piso son su mayor preocupación. Y algo parecido ocurre entre los que tienen entre 25 y 34 años: para un 15,1% la vivienda es su peor dolor de cabeza. Incluso es lo que más preocupa al 11,9% de los que tienen 35 y 44 años.

Actualmente, dos de cada tres jóvenes entre 18 y 34 años viven con sus padres y su riqueza se ha desplomado y en 2024, más de 880000 jóvenes se han visto afectados por el problema de la vivienda.

Aprovechando esta situación y sabiendo de las ayudas que actualmente ofrece la Generalitat Valenciana, decidimos plantear que la Generalitat respondiese a la llamada de auxilio, poniéndose en la piel de aquellos jóvenes preocupados por el acceso a la vivienda y dando a entender que este problema es de emergencia nacional, motivo por el cual hemos decidido inspirarnos en la idea que transmite la película “The Purge” a la hora de publicar el anuncio de emergencia a nivel nacional. Por otro lado, para dar a conocer este plan de acción que han llevado a cabo y que aún no es del todo conocido, se mostrará de manera clara y directa las medidas concretas en apoyo a los jóvenes, con un enfoque de preocupación genuina hacia esta problemática.

Esta idea se basa en representar el acceso a la vivienda como una "emergencia nacional" mediante un paralelismo con la película anteriormente mencionada. A través de esta metáfora, buscamos jugar con el hecho de que las barreras económicas que existen actualmente y las dificultades que padecen los jóvenes a la hora de alquilar o adquirir su primera vivienda se ha llegado a convertir en un estado de emergencia para la Comunitat Valenciana, es por eso que utilizaremos elementos, tanto visuales como sonoros, muy reconocibles de la película mencionada, para que así nos permita transmitir la urgencia con la que estamos tratando el problema, apelando a la emoción y la identificación de los jóvenes con esta metáfora fuerte y reconocible.

Por otro lado, creemos sólidamente en la idea de que así como el acceso a la información es un derecho fundamental, también lo es la vivienda y, por ende, la Generalitat ha comprendido la gravedad del problema y ha respondido con un plan de medidas concreto. Es por este motivo, por el cual hemos decidido simular que nuestro trabajo sea presentado por una IA, relacionando así, la importancia del derecho a la vivienda con el derecho a la información, ya que actualmente estamos más conectados y tenemos más derecho a la información que nunca debido a la creación de este tipo de herramientas.

Sin embargo, no solo hemos decidido usar la herramienta de la IA por este motivo, sino que también buscamos transmitir que la Generalitat Valenciana ha llevado a cabo todo este proyecto, para así dar a entender que al tratarse de una IA, han logrado escuchar todo tipo de opiniones, preocupaciones e inquietudes de forma general y resumida. Es decir, esta supuesta IA ha logrado recolectar innumerables opiniones y sentimientos sobre este tema, ya sea en cuanto a las barreras económicas que existen a la hora de adquirir una vivienda, los altos precios del alquiler, la edad de emancipación... y las ha dado solución con la máxima rapidez posible, como hace también cualquier inteligencia artificial, lo cual también hemos querido mencionar en nuestra campaña, la comparación entre los problemas y preguntas que la gente tiene y la presentación de una solución inmediata.

De esta manera, la IA se va a convertir en la herramienta clave para dar visibilidad a la realidad que enfrentan los jóvenes menores de 35 al intentar acceder a una vivienda, paradójicamente el mismo grupo de edad que utiliza la inteligencia artificial como una herramienta clave para su día a día. Por ese motivo buscaremos que actúe de reflejo de las preocupaciones reales de los jóvenes, recogiendo sus pensamientos y transformándolos en soluciones concretas que se presentarán en todo tipo de soportes.

Todo esto buscaremos representarlo mediante diferentes piezas para distintas plataformas: una pieza gráfica para prensa y exterior, un vídeo para televisión, una cuña de radio y dos piezas para redes sociales. En todas ellas buscaremos transmitir la combinación entre la Inteligencia Artificial y la llamada de auxilio, con un tono claro, informativo, responsable y tratando de ponernos en la piel de todos aquellos jóvenes valencianos identificados con el problema principal.

Finalmente, tratamos de dar a entender que el futuro ya está aquí, que todos tenemos a nuestra disposición todo tipo de acceso a la inteligencia artificial y que esta nos acompaña en nuestro día a día para aportarnos soluciones, pero por qué no parar un momento a pensar y entender que el futuro de nuestros jóvenes valencianos ya está aquí también, que estos deben tener un acceso a la vivienda y que la Generalitat Valenciana siempre va a

estar en su día a día para tratar de darle algo de color y vida a este futuro blanco y negro, lo que también plasmaremos en la campaña.