

Premios EIKON

CATEGORÍA 17.5

Campaña Publicitaria Institucional Online

Capítulo: general

TÍTULO DEL PROGRAMA

Estuvimos. Estamos. Estaremos.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN

Clarín / Grupo Clarín

DEPARTAMENTO, ÁREA

Gerencia de Comunicaciones Externas, AGEA,
Gallo Media

PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Martín Etchevers, Nicolás de Anchorena, Tomás Vio,
Héctor Aranda, Javier Kraviez, Mercedes Iñigo.

Grupo Clarín

Introducción

El Grupo Clarín, cuya historia se inicia en 1945, es el grupo de medios de comunicación líder de la Argentina y uno de los más importantes de habla hispana. De origen, capital mayoritario y gerenciamiento nacionales, tiene presencia en medios escritos, radio, televisión, producción audiovisual e Internet. A lo largo de todos estos años, el Grupo vivió todas las transformaciones del sector de los medios y del país, adaptándose a los cambios, innovando y apostando a las nuevas tecnologías y los nuevos escenarios de la comunicación.

La estrategia editorial y empresarial de los medios de Clarín está sustentada en la independencia económica y periodística, el pluralismo, la innovación, la cercanía con la gente y el compromiso con el país. En 2020, en medio de la pandemia de Covid-19, el 28 de agosto, el diario Clarín cumplió 75 años. Su aniversario coincidió con uno de los años más atípicos, críticos y de mayor incertidumbre de los últimos tiempos.

Desde el año 2019, la empresa venía preparando una serie de acciones para celebrar. Sin embargo, el arribo de la pandemia la obligó a repensar todos sus planes. En un año cómo este ¿qué se puede celebrar?

Aunque el mundo cambió, especialmente durante la pandemia, hubo algo que se mantuvo intacto: la confianza de las audiencias de Clarín y su demanda de información confiable. Antes solamente en papel, ahora en múltiples formatos, después de 75 años Clarín sigue siendo el medio más elegido por los argentinos para entender lo que pasa y, en un año tan particular, esto volvió a quedar demostrado.

Propuesta

De esta forma, se diseñó una estrategia de acciones para celebrar los 75 años de Clarín que muestren la vigencia de la marca y la importancia que tienen los medios periodísticos para entender entornos complejos. Las mismas apuntaron a bucear en el pasado, para entender el presente y proyectar el futuro. Con esta idea se planteó una campaña 360° que incluyó spots televisivos, contenido interactivo en redes, pauta gráfica y productos editoriales. Entre otras cosas, se buscó mostrar el compromiso del diario con el presente, pasado y futuro del país y sus audiencias. En este contexto se inserta la campaña audiovisual online llamada Estuvimos. Estamos. Estaremos.

Desarrollo

A los pocos días del 28 de agosto, día en que cumplía 75 años, Clarín lanzó una campaña en sus redes sociales, su canal de YouTube y su sitio que mostró como el diario reflejó los acontecimientos más importantes a lo largo de su historia y cómo el periodismo permite entender el mundo y los cambios que se suceden día a día.

De esta forma se evidencia que la historia de Clarín y su rol como medio periodístico no se circunscribe solo a la coyuntura y que su único compromiso es con el público que lo elige para informarse a diario.

De esta forma, e lanzaron tres spots audiovisuales. La campaña eligió el nombre de “Estuvimos. Estamos. Estaremos.”. Buscó destacar la presencia de la marca y el impacto en la historia mediática argentina, destacando su compromiso de mantener un liderazgo editorial durante las próximas décadas.

El primero muestra en orden cronológico las más de 27 mil tapas que Clarín publicó a lo largo de su historia y finaliza con una serie de tapas en blanco que hacen alusión a la construcción del futuro. El segundo aviso muestra las veces que la palabra “dólar” apareció en la portada de Clarín durante estos 75 años.

Resulta impactante ver que se trata de un tema tan recurrente en la historia económica de la Argentina y cómo el diario siempre estuvo ahí para ayudar a los argentinos a entender esta cuestión. También se destaca un video hecho con todas las caricaturas que Hermenegildo “Menchi” Sábat publicó en Clarín. Son miles de imágenes hechas en acuarela que muestran a los principales actores de la política argentina de los últimos tiempos. Estas obras fueron una marca insignia de Clarín hasta la muerte del artista en 2018 y todavía son recordadas con mucho cariño por sus lectores y por todos aquellos que fueron “honrados” al ser retratados. La realización de los tres estuvo a cargo de la agencia Gallo Media.

Para el diseño, producción e implementación de la campaña el Grupo Clarín conformó un equipo transversal entre la redacción del diario, los equipos de marketing y comercial y el área de Relaciones Institucionales y Comunicaciones del Grupo Clarín.

Resultados

Con los aniversarios las empresas corren el riesgo de mostrarse viejas, por eso la campaña terminó con una apuesta al futuro. El público lo entendió como el compromiso de Clarín a seguir informando. Pero, además, el público valoró las acciones que acompañaron la campaña, entendiendo que las promesas de valor de la marca se corresponden con propuestas

Toda la campaña por los 75 aniversario de Clarín le permitió a la empresa reforzar su vínculo con su audiencia y a la vez mostrar la vitalidad que tiene la marca tanto en el ecosistema de medios argentino como en la sociedad.

Por un lado, se logró mostrar que Clarín es un diario que supera a una coyuntura. Su historia lo acredita como un medio de referencia que desde hace más de 7 décadas ancla su propuesta de valor en altos estándares periodísticos.

Las piezas audiovisuales lograron mostrar el valor no sólo de lo hecho hasta ahora, sino resaltar el rol que los medios pueden cumplir en el futuro.

El mundo cambia y Clarín evoluciona manteniendo su espíritu. Porque somos, junto a nuestros millones de lectores, testigos del pasado, actores del presente y sujetos del futuro.

Links al contenido:

Tapas: <https://www.youtube.com/watch?v=HuFGtFsQ5ww>

Dólar: <https://www.youtube.com/watch?v=Aq8164T46h8>

Menchi: <https://www.youtube.com/watch?v=OEowpXDnsGI>