CAMPAÑA

UNA CHARLA MÁS FÁCIL

PREMIOS EIKON 2025

CATEGORÍA 23
Marketing Social

CAPíTULO
General

TÍTULO
Una charla más fácil

Consultora de Relaciones Públicas:
Brand Partners

Nombre de la compañía:
Consejo Publicitario Argentino (CPA) y UNFPA Argentina

UNFPA × CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO

Responsable/s del plan de comunicación:
CPA, UNFPA y Brand Partners

En Argentina, 5 de cada 10 embarazos en adolescentes no son intencionales. Más de 43.000 adolescentes de entre 15 y 19 años fueron madres en 2022. A pesar de la reducción en la tasa de fecundidad adolescente en la última década, el problema persiste.

El embarazo adolescente no intencional limita la autonomía, la educación y las oportunidades de desarrollo de quienes lo transitan. Frente a este escenario, el **Consejo Publicitario Argentino** y el **Fondo de Población de las Naciones Unidas en Argentina** lanzaron la campaña **'Una charla más fácil'**, con el objetivo de facilitar el diálogo entre adolescentes y sus familias sobre salud sexual y reproductiva, promoviendo conversaciones informadas, sin prejuicios ni tabúes.

PROPUESTA DE CAMPAÑA

La estrategia comunicacional se basó en interpelar a madres, padres y personas adultas significativas a través de mensajes empáticos y accesibles que les permitieran iniciar **'una charla más fácil'** sobre sexualidad. Con creatividad de **VML** y **PR de Brand Partners**, la campaña contempló piezas audiovisuales, gráficas, digitales y comunicados de prensa orientados a desarmar mitos, romper silencios e instalar la conversación como herramienta de prevención y empoderamiento.

OBJETIVOS

Prevenir el embarazo no intencional en la adolescencia a través del **diálogo informado**.

Sensibilizar a adultos responsables sobre su rol en la salud sexual y reproductiva de adolescentes.

Instalar el tema en la **agenda pública y mediática**.

Generar una campaña de comunicación **empática, federal y culturalmente relevante**.

PÚBLICOS

PÚBLICO DIRECTO

Madres, padres y referentes afectivos de adolescentes.

PÚBLICO INDIRECTO

Adolescentes, educadores, personal de salud, comunicadores, organizaciones sociales y comunidad en general.

MENSAJE

"HABLAR ES PREVENIR"

Una charla puede cambiar un destino. El acceso a información **clara, sin prejuicios**, es clave para que los adolescentes puedan tomar decisiones **libres y responsables sobre su salud sexual y reproductiva**.

CANALES DE COMUNICACIÓN

(INTERNOS Y/O EXTERNOS)

- Prensa nacional y regional
- Sitio web de UNFPA Argentina
- Espacios comunitarios y educativos
- Redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, YouTube)
- Materiales impresos y digitales

EJECUCIÓN DEL PLAN

(TÁCTICAS Y ACCIONES)

La campaña fue concebida y producida en conjunto por el CPA y UNFPA, con creatividad de **VML y estrategia PR de Brand Partners.** Se difundieron piezas audiovisuales, gráficas y digitales en redes y medios de todo el país. La campaña fue acompañada de vocerías institucionales, acciones de prensa y contenidos educativos en plataformas digitales.

Se priorizó un lenguaje empático, comprensivo y sencillo, desafiando mitos y promoviendo la escucha.

Se ajustaron mensajes para llegar a regiones con mayor prevalencia de embarazo adolescente, respetando sus contextos culturales y sociales.

RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Principales medios que replicaron la campaña: **Telefé, Telam, El Destape, C5N, MDZ, América TV, Para Ti, Pagina 12 y Diario Los Andes**, entre otros.

Replicada en portales y radios locales de **Buenos Aires, Corrientes, Mendoza, Santa Fe, Chubut, Neuquén** y más.

La campaña logró cobertura nacional y regional, con más de **20 notas en medios de alcance general, educativo y de salud.**

Se generó **conversación orgánica** en redes sociales con fuerte participación de **familias, escuelas y profesionales.**

Se posicionó como campaña de **alto impacto cultural**, con proyección federal y continuidad futura.

El mensaje llegó de forma **empática y eficaz** a públicos estratégicos.

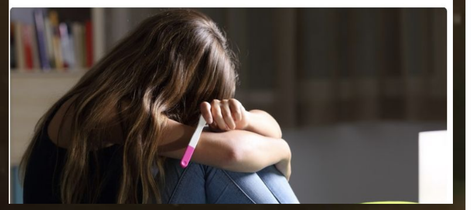
RESULTADOS
EN PR

Charlas con sentido: así es la campaña para evitar los embarazos adolescentes no deseados

"Una charla más fácil" es la nueva campaña del CPA y UNFPA para prevenir el embarazo no intencional en la adolescencia en Argentina: de qué se trata esta iniciativa.

La mitad de los embarazos adolescentes intencionales: proponen "Una charla más prevención

El Consejo Publicitario Argentino (CPA) y el Fondo de Población de las Naciones Unidas en Ar fácil" con el objetivo de generar conversaciones entre adolescentes y sus familias sobre salud la mitad de los embarazos adolescentes son no intencionales.



Sociedad

"Una charla más fácil": la nueva campaña del CPA y UNFPA para prevenir el embarazo no intencional en la adolescencia en Argentina

EL PAÍS

Lanzan campaña para prevenir el embarazo adolescente

Miércoles 21 de febrero de 2024

Lanzan campaña para prevenir el embarazo adolescente

Este miércoles, el **Consejo Publicitario Argentino y el Fondo de Población de las Naciones Unidas** (Unfpa) en Argentina dio inicio a la campaña "**Una charla más fácil**", con el objetivo de generar conversaciones entre adolescentes y sus familias sobre salud sexual y reproductiva "sin tabúes" y promover la **prevención del embarazo no intencional.**

La campaña consta de **diferentes videos en los que se reflejan situaciones cotidianas** que habilitan la posibilidad de tener una charla sobre salud sexual, como el caso de una madre que en vez de retar a su hijo por el desorden de la habitación, **lo felicita porque ve que tiene preservativos en su mesa de luz.**

"Pensamos esta campaña porque todo lo que tiene que ver con salud sexual y reproductiva es **muchas veces tabú y todavía existe vergüenza para conversar sobre estos temas** de una manera más habitual", aseguró la jefa de la oficina local del Fondo de Población de Naciones Unidas, Mariana Isasi.

Durante la presentación virtual de la campaña, Isasi destacó la importancia de que los adolescentes **accedan a información sobre educación sexual "de primera mano de su entorno cercano".**

A través de una serie de videos y contenidos para radios y redes sociales, se busca **interpelar a los adultos para convertirlos en "interlocutores válidos"** para los jóvenes y lograr que "hablar de salud sexual sea más fácil", indicaron los responsables del proyecto.

C5N > SOCIEDAD

23 de febrero 2024 - 15:41

Lanzan campaña para prevenir el embarazo no intencional adolescente en Argentina

La iniciativa del Consejo Publicitario Argentino y el Fondo de Población de las Naciones Unidas pretende generar conversaciones en las familias. Según las cifras oficiales, 5 de cada 10 embarazos adolescentes siguen siendo no intencionales.

La campaña busca prevenir el embarazo no intencional en la adolescencia

LAS ÚLTIMAS> Temporal en el AMBA: 1.000 personas evacuadas | Pablo Gi

LAS ÚLTIMAS

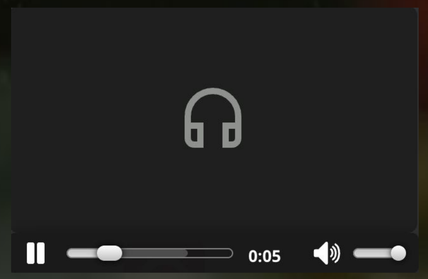
Casi el 40% de las adolescentes no sigue la secundaria tras maternar

13 de abril de 2024

El Fondo de Población de las Naciones Unidad (UNFPA), agencia de la ONU que trabaja por los derechos sexuales y reproductivos y el fin de las violencias de género, elaboró un informe en el que se determinó que 43.210 adolescentes de entre 15 y 19 años tuvieron un hijo o hija en 2022 y que el 38% de las chicas que tienen un hijo/a no logra completar la secundaria, en comparación con el 55% de las jóvenes que postergan la maternidad hasta la edad adulta.
El trabajo también muestra que 5 de cada 10 embarazos fueron no intencionales. El dato no sólo da cuenta de la falta de acceso a la información y métodos anticonceptivos, sino que también tiene que ver con el impacto en la trayectoria vital, porque restringe sus oportunidades educativas y laborales, describió Tiempo Argentino.

VER MÁS >

PIEZAS DE LA CAMPAÑA



VER MÁS >

UNFPA
CONSEJO
PUBLICITARIO
ARGENTINO
#SiempreHayAlgoBuenoParaComunicar
www.brand-partners.com.ar
(54 11) 4774.5507
_BrandPartners