“Acercando Horizontes”

Boomerang
Todo lo que va... vuelve

Carátula con información básica

1. Nombre del proyecto: **CAMPAÑA DE REFLEXIÓN Boomerang (todo lo que va… vuelve).**

2. Nombre de la organización solicitante: **Asociación Civil Arte y Cultura en Patagonia, “Ar.Cu.Pa.”**

3. Número de Personería Jurídica: Expte. 3320-005957/06 Res. 188

4. Dirección de la organización: Belgrano 867 – San Martín de los Andes – (8370)

5. Presidente de la organización: **Jorgelina Balsa**

6. E-mail: diegopiterman@smandes.com.ar. Tel 02972-429622
Celular: 2944-695647

7. Facebook: Boomerangsma. (Web en desarrollo)

8. Fecha de inicio de actividades: 25/08/2007
Número de Personería Jurídica: Expte. 3320-005957/06 Res. 188
Fecha de otorgamiento de personería Jurídica: 27/04/2007

9. **Misión de la organización**: Difusión y concreción de actividades artísticas y culturales en San Martin de los Andes, generando espacios de expresión a través de talleres, charlas, eventos, campañas. Concibiendo al arte como factor de salud, comunicación, elevación espiritual y cuestionador social. Organización, realización y producción de talleres, festivales y espectáculos teatrales, en salas, escuelas y

espacios públicos. Organización y realización de campañas de prevención en salud a través del arte.

10. **Breve descripción del proyecto**:

Boomerang es una campaña permanente de investigación, prevención y reflexión sobre temas universales que afectan a la salud mental. La idea de la campaña es estimular a la población, **principalmente a través de los medios de comunicación, a *detenerse y reflexionar.*** La campaña actual aborda el tema de **los prejuicios**. En este año, 2017, comenzaremos a abordar la temática del **AMOR.**

Si bien los mensajes elaborados por Boomerang se encuentran presentes en 20 medios de comunicación masivos de San Martín de los Andes (diarios digitales, televisión por cable, radios de la ciudad, como también se proyectan en el cine y en la red cerrada de televisión que se encuentra en comercios, centros de salud y el transporte urbano de pasajeros), el proyecto incorpora la realización de intervenciones en la vía pública, escuelas y charlas abiertas, debates.

Boomerang es una campaña de prevención en salud mental que se desarrolla de manera permanente y que viene creciendo desde sus inicios, en el año 2013, y ha tomado un fuerte impulso en la comunidad, lo que produjo que se requiera de equipos técnicos y profesionales que permitan elaborar el material adecuado y las acciones oportunas para continuar incidiendo positivamente en la salud mental de la comunidad.

Boomerang cuenta con el auspicio y participación del Colegio de Psicólogos de Neuquén, Distrito 5, de San Martín de los Andes, y fue declarado de Interés Municipal por el Concejo Deliberante de la ciudad.

11. Cuadro Resumen de Financiamiento:

Monto total del proyecto	**$**	**%**
Financiamiento solicitado en convocatoria	**50.000**	**27.5**
Aportes propios y de terceros	**133.000**	**72.5**
TOTALES	**183.000**	**100,00**

Coordinador titular del proyecto: **Diego Piterman**
TEL: 02972-429622.- cel: 2944-695647
diegopiterman@smandes.com.ar

Coordinador suplente del proyecto: **María Lorena Pina**
TEL: 02972-422452
pinaml@smandes.com.ar

Contexto general del proyecto

Nombre del proyecto: CAMPAÑA DE REFLEXION BOOMERANG.

Temática:
Este proyecto, único en el país, se presenta en el programa "Acercando Horizontes" , principalmente desde el eje temático de **Educación por la Salud**, pero entendemos que atraviesa fuertemente los ejes de **Educación por la Cultura y Educación por la Ciudadanía y los Derechos**, tanto por los resultados logrados, por la articulación en red de medios y organizaciones, por la vinculación con artistas para realizar las intervenciones, como así también por la identidad cultural que pretende generar en la comunidad.

Localización:
La Campaña Boomerang se desarrolla en la ciudad de San Martín de los Andes, ubicada al sur de la provincia del Neuquén, sobre la cordillera. Ar.Cu.Pa. se encuentra ubicado en pleno centro de la ciudad, pero las actividades del proyecto se desarrollan desde la coordinación de Boomerang en distintos barrios de la localidad y como la campaña es a través de los medios de comunicación, el alcance se amplia hacia la región y se viraliza a través de las redes sociales.

Destinatarios:

Proyecto Boomerang, está dirigido principalmente a toda la población adulta de la comunidad, atravesando barrios y niveles sociales, profesiones y quehaceres. En San Martín de los Andes viven aproximadamente 40.000 personas, estimando que poco más de la mitad de la población es adulto.
Si bien este objetivo se logra a través del uso masivo de los medios de comunicación, llegando así a todos los sectores de la comunidad, algunas acciones que se han realizado, apuntan a incidir en el comportamiento de líderes políticos, sociales y de opinión, de esta localidad, como en la intervención social "Por un año de paz y no violencia", que comenzó en el acto de asunción de las nuevas autoridades municipales. **También , en 2016 , Boomerang organizo un evento artístico(Variaciones sobre el amor 1) a beneficio del sector Psicosocial del Hospital Dr. Ramón Carrillo, con el**

objetivo de construir 2 consultorios nuevos en el sector y los mismos están a punto de terminarse de construir en este momento.

Resumen de notas en medios periodísticos, sobre el evento realizado en 2016, desde la producción hasta la realización del mismo

http://www.radionacional.com.ar/tag/variaciones-sobre-el-amor/

http://www.sanmartinadiario.com/espectaculos/14196-la-orquesta-escuela-de-los-andes-participara-del-espectaculo-variaciones-sobre-el-amor-1.html

http://www.sanmartinadiario.com/espectaculos/14380-variaciones-sobre-el-amor-en-el-centro-cultural-cotesma.html

http://www.sanmartinadiario.com/espectaculos/14499-variaciones-sobre-el-amor-i-recaudo-mas-de-72-mil-pesos-para-el-sector-psicosocial-del-hospital.html

http://www.sanmartinadiario.com/salud/16179-el-hospital-tendra-dos-nuevos-consultorios-en-el-sector-psicosocial.html

http://www.lacardigital.com.ar/content/boomerang-ahora-en-facebook

Para 2017 tenemos previsto organizar nuevamente este evento artístico llamado "Variaciones sobre el Amor 2" , esta vez a beneficio de la Cooperadora del Hospital y de Bomberos Voluntarios.
En el mismo evento participan mas de 200 artistas de la localidad y entre público , participantes y colaboradores, sumamos a mas de 1000 personas.

Descripción:

Campaña mediática permanente sobre el tema de los **prejuicios,** iniciada en el año 2013.

La misma ocurre en radios, televisión, internet, cartelería en vía pública e intervenciones artísticas.

En este año vamos a continuar con la campaña sobre prejuicios y sumaremos la temática del **amor** como nuevo eje de trabajo.

Trabajaremos en la elaboración de spots radiales , televisivos y gráficos con mensajes sintéticos y que apunten a la reflexión sobre los temas mencionados.

Los mismos serán pautados en más de 20 medios de comunicación.

Trabajaremos más intensamente en las redes sociales para extender los alcances de la campaña hacia lo regional y universal.

Involucraremos a los habitantes de San Martin de los andes en la participación activa de la campaña, organizando nuevamente un evento artístico solidario

(Variaciones sobre el amor 2) a beneficio del Hospital y de Bomberos Voluntarios, con la idea de recaudar $ 150.000 para ambas instituciones.

Continuaremos con los espacios de debates y charlas en medios de comunicación.

Fundamentación-Definición del problema:

Tras años de trabajo en consultorio, diálogo entre colegas e investigación, sentimos la necesidad de abordar algunos temas comunes, universales, que nos hacen padecer en lo cotidiano.

La prevención en Salud Mental es un tema que no tiene, ni ha tenido, demasiada presencia en lo cotidiano y el proyecto apunta a poder hacer algo para cubrir esa falencia a nivel salud mental comunitaria.

Es desde allí que surge la idea de desarrollar la Campaña Boomerang para incidir positivamente en la salud mental de la comunidad de San Martín de los Andes, y a través de las redes ampliar a la región / país/ mundo.

Sobre los prejuicios

Básicamente lo que nos afecta es la manera que tenemos de percibir el mundo. *Sufrimos no tanto por las cosas en sí, sino por cómo las interpretamos*. *Partiendo de esta base, evaluamos que tenemos que trabajar, intensamente, en la forma en que percibimos las cosas.* Por eso elegimos abordar en esta primera instancia de la campaña, el tema de los prejuicios.

EL PREJUICIO implica criticar de manera positiva o negativa, una situación o persona, sin tener suficientes elementos previos. Es una actitud que puede observarse en todos los ámbitos de la vida social e implica una forma de pensar que da lugar a comportamientos y actitudes relacionadas con la discriminación.

La propuesta de la campaña es una invitación a objetivar, conocer, escuchar, antes de sacar una conclusión o reaccionar, y poder superar así los prejuicios y favorecer el pensamiento crítico.

Sobre el Amor

Elegimos el Amor como tema universal ya que tiene que ver con nuestra condición humana y atraviesa todas las situaciones de placer y displacer, de salud y enfermedad.

Casi a la par de las necesidades básicas (comer , respirar) se encuentra la necesidad de amor, lo necesitamos para fortalecer nuestra identidad desde que nacemos y durante toda la vida..

La propuesta de la campaña es invitar a la reflexión sobre como estamos en relación al amor propio y al amor con los demás, para favorecer asi la solidaridad, el cuidado de los niños y la no violencia.

LOS MENSAJES

El trabajo para lograr que los mensajes y conceptos alcancen los objetivos delineados aquí, demandan de creatividad y de la búsqueda de las mejores alternativas comunicacionales. La idea es motivar a la reflexión. A la pausa…

Disparadores utilizados para reflexionar sobre **los Prejuicios**:

- **PARA SABER, MEJOR PREGUNTAR QUE SUPONER.**
- **SOMOS MUCHOS Y NOS CONOCEMOS POCO.**

Disparadores utilizados para reflexionar sobre **el Amor**

- **CUIDA BIEN AL NIÑO, CUIDA BIEN SU MENTE.**
- **¿ COMO QUERES QUE TE RECUERDEN?**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se decidió el uso de los medios de comunicación masiva para llevar estos mensajes, ideas o conceptos a la población destinataria, en función de la penetración que éstos tienen en la población adulta de la comunidad.

Se utilizan, para lograr los mejores resultados, la combinación de medios televisivos, radiales, gráficos, online y cines.

Pero también se desarrollan campañas alternativas como intervenciones directas en espacios públicos u otras que se consideren oportunas para lograr el mayor impacto en la comunidad.

Buscamos incidir en generar temas de esta característica en la agenda setting de los medios locales.

Medios que son parte de Proyecto Boomerang en la actualidad: FM de la Montaña, Radio Nacional, Cadena Sur, FM Fun, FM Nova, FM 100, Red Rabbit, Supercanal, San Martín a Diario, Centro Cultural Cotesma, Lácar Digital, Radio Cero, FM del Lago, Paralelo Sur, La Grieta Online, Smandes Patagonia, Radio San Martín, FM Pocahullo, Patagonia Construye, Revista El Avisador .

SOSTENIDA EN EL TIEMPO.

Para trabajar conceptos de prevención deben realizamos la campaña de manera sostenida. El sostenerla en el tiempo está implícito en el concepto mismo de prevención. De lo contrario sería algo eventual, un hecho aislado.

Creemos que el éxito de la campaña se logra sosteniendo en el tiempo una serie de mensajes adecuados en la mayor cantidad de medios para inundar la ciudad con ellos y generar una agenda en la población ligada a los temas propuestos, apuntando, como se explicó, a incidir positivamente en la salud mental de los habitantes de la ciudad.

Datos operativos del proyecto

Objetivos

Son objetivos de la campaña son generar conciencia crítica y capacidad de reflexión sobre las temáticas propuestas, para así colaborar a mejorar como personas y como sociedad, en lo que a Salud Mental se refiere.
Sabemos que este es un gran objetivo y por eso es fundamental sostenerlo en el tiempo, hasta ahora van 4 años y lo que falta es infinito, ya que, a nuestro entender, el concepto de *campaña prevención* debe ser permanente.

Objetivo General:

Potenciar la campaña de prevención y reflexión sobre salud mental y valores en la localidad de San Martin de los Andes, a través de la ***difusión permanente*** de los mensajes, en los medios de comunicación masivos (formales y no formales) de la localidad.

Objetivos específicos:

1- Generar presencia en los medios de comunicación masivos, de las temáticas planteadas en la campaña, a través de salidas diarias de los spots en 20 medios.

2- Sumar a la a pauta de medios, las intervenciones en espacios públicos, las charlas y debates sobre los temas que aborda la campaña y generar mayor presencia en redes sociales y web.

3- Producir y Realizar el evento artístico solidario, Variaciones sobre el Amor 2, cuya recaudación será destinada al Hospital y a Bomberos Voluntarios, implicando a más de 1000 personas en el evento entre artistas, publico, instituciones y medios de comunicación. El evento tiene fecha para el último fin de semana de septiembre en el Teatro Amankay.

Actividades:
Para el objetivo especifico 1:

1-Creación y producción de al menos 8 nuevos spots radiales, 5 televisivos ,5 gráficos y 10 para redes sociales. Trabajando en equipo con psicólogos, comunicadores, marketers y técnicos en producción de audio, video y diseño web. Gestión con los medios de comunicación para su puesta al aire.

Actividades:
Para el objetivo especifico 2:

2-Formación de un grupo DE INTERVENCIONES TEATRALES URBANAS, para el desarrollo de acciones en espacios públicos a modo de intervención con actores, músicos, para buscar novedosas formas de invitar a la reflexión. Con reuniones cada 15 días para planear y producir las acciones. (Al menos 2 intervenciones al mes) .

3-Convocatoria y reuniones con psicólogos de la ciudad, para la realización de charlas y artículos en los medios, para reflexionar sobre los temas planteadas en la campaña.(desde julio hasta diciembre)

4-Desarrollo de una página web , un canal de Youtube y el Facebook de Boomerang, como nuevos canales de difusión e intercambio de la campaña.

Actividades:
Para el objetivo especifico 3:

5-Convocatoria, para el mes de Junio, a artistas de la localidad (músicos, actores, poetas, bailarines, fotógrafos, videastas, sonidistas, iluminadores , etc.) Para realizar el evento artístico solidario, Variaciones sobre el Amor 2, con Reuniones y Ensayos entre Junio y Septiembre
Trabajo, en conjunto con las instituciones beneficiarias, en la producción del evento, venta anticipada de entradas, comercialización de programa, ensayos, diseño y difusión y todo lo relacionado a la producción del evento. (desde mayo hasta septiembre)

Actividad	Marzo/Abril	MayoJunio	Julio/Agosto	Sept. / Oct.	Nov. / Dic.
1.	X	X	X	X	X
2.				X	X
3.			X	X	X
4.		X	X	X	X
5.		X	X	X	

5. **Financiamiento**

Proyecto Boomerang, desde Ar.Cu.Pa., y CON el auspicio del Colegio de Psicólogos de Neuquén, Distrito 5, cuenta ya con la pauta anual en 20 medios de comunicación y con el aporte de profesionales que han elaborado hasta aquí las piezas utilizadas en cada campaña.

Con el importe del premio del Programa Acercando Horizontes, podremos completar y profundizar el logro de los objetivos con la adquisición de los elementos descriptos (, micrófono, computadora de edición de video y otros), que nos permiten contar con elementos ligados a la sustentabilidad del proyecto.

Recursos necesarios	Descripción	Aporte solicitado	Aporte propio u otro	Total
Recursos materiales.				
Equipo de computación para edición de video y audio	Laptop	$17.000		$17.000
Equipo de filmación	Filmadora digital		$ 8.500	$ 8.500
Accesorio de filmación	Steady cam + micrófono inalambrico	$6.500		$6.500
Impresiones cartelería y folleteria			$ 4.000	$ 4.000
Pauta de Medios por **10 meses**	Avisos mensuales publicados en radios, diarios y televisión		$90.000	$90.000
RECURSOS HUMANOS				
Webmaster **Por 7 meses**	Diseño pagina web y administración redes sociales	$3.000	$ 5.000	$8.000
Diseño Gráfico **Por 7 meses**	Desarrollo de Piezas gráficas, folletos y banners digitales.		$5.000	$5.000
Coordinación y desarrollo anual **Por 7 meses**	Armado y Coordinación general de la campaña	$16.500	$13.500	$30.000
Locución y edición video **Por 7 meses**	Grabado de spots radiales y audios para tv	$7.000	$ 7.000	$14.000

TOTALES		**50.000**	**133.000**	**183.000**

6. **Evaluación**

Dependiendo de la actividad que se desarrolle, las reuniones de equipo son más frecuentes. Pero al menos una vez por semana trabajamos en los contenidos, en la proyección de actividades y en la coordinación con aquellas personas que se suman al proyecto para realizar una actividad puntual.
La evaluación es permanente, al igual que los ajustes. Al ser una campaña masiva con alto impacto en la comunidad, somos permeables a recibir comentarios, sugerencias e incluso posibles acciones que se ajusten al logro de los objetivos planteados. La página web que estamos terminando de armar y el Facebook serán los medios de interacción para este fin.
La evaluación del impacto de la campaña se realizara , nuevamente este año, a través de encuestas filmadas a los habitantes de San Martin de los Andes, en las cuales nos contaran sobre lo que les genera la campaña a nivel reflexión y ese material también será editado y difundido a través de las redes sociales de la campaña.

El cuadro de actividades y las metas presentadas son monitoreadas y ajustadas de manera permanente por el equipo de coordinación.

La evaluación de la campaña hasta el día de hoy , fue muy positiva. Los mensajes trabajados a través de los medios de comunicación, se han instalado en la sociedad.
Sobre 500 personas consultadas, un 85%, manifestó haber visto o escuchado sobre la campaña Boomerang a través de sus mensajes en radio, cine, televisión, diarios digitales e internet y manifestaron haber reflexionado a partir de los estímulos presentados.
Desde allí, podemos sentir que el objetivo, se esta cumpliendo, la reflexión es posible, pero hay que seguir trabajando de manera permanente y a largo plazo, ya que la realidad social, siempre nos mostrara que aun nos falta, o mejor dicho, que nunca termina.-

7. **Sustentabilidad**

La premiación de este Proyecto permitiría incidir positivamente en la sustentabilidad del mismo. Al contar con elementos para el desarrollo de acciones de prevención en salud mental, se aminoran los costos de Proyecto Boomerang de aquí en adelante.

En la etapa siguiente de Boomerang, en 2.017, se prevé el acercamiento al sector privado e instituciones del estado, para lograr también financiamiento allí, a través de acciones de Responsabilidad Social Empresaria, siendo que algunos contactos ya se han realizado, pero no formalizado.

El Colegio de Psicólogos, profesionales que se suman al proyecto, el auspicio de medios de comunicación, y algunos apoyos privados van dando forma al sostenimiento de esta primera etapa que estaría concluyendo este año con el impulso hacia adelante una vez logrado el premio de este proyecto que presentamos a Ustedes.