

La UJI en televisión | "Mediación social. Úsala, exígela" es el lema de una campaña publicitaria que desde el lunes emiten TVE, Antena 3 y Tele 5 y que impulsa el Proyecto Equal Mass-Mediación de la Jaume I. Soledad Giménez, la cantante de Presuntos Implicados, es la cara visible.

10 'spots', 20 segundos y una concienciación

La vocalista del grupo Presuntos Implicados, Soledad Giménez, es la protagonista de una campaña publicitaria televisiva en la que se pretende informar sobre la mediación social como profesión y su aplicación en los diferentes aspectos de la vida cotidiana y en organizaciones cívicas.

La campaña, que tiene un presupuesto de 136.000 euros, se enmarca dentro del proyecto Equal Mass-Mediación, del que la UJI es entidad representante y que pretende contribuir a la erradicación de la segregación laboral de las mujeres.

Los 10 'spots' de 20 segundos cada uno serán emitidos durante seis semanas en tres cadenas televisivas de ámbito estatal y en canales autonómicos de Andalucía, Madrid, Asturias, País Vasco y Comunidad Valenciana. En ellos se muestran cinco situaciones en las que es necesaria la mediación social (en blanco y negro) y en una segunda emisión se explica cómo puede contribuir la mediación social a resolver estas situaciones (imagen en color).



Alicia Gil (izquierda) en la presentación de la campaña protagonizada por Soledad Giménez. CARMÉ RIPOLLÉS

La coordinadora general del Proyecto Equal Mass-Mediación, Alicia Gil, explicó que la campaña publicitaria, que tiene el lema "La Mediación social. Úsala, exígela", pretende dar a conocer la utilidad y la aplicación social de la mediación social como actividad profesional.

El objetivo de la mediación social, dijo, es facilitar a la ciudadanía, a organizaciones cívicas y a personas en general el acceso a la información y los recursos que proveen las Administraciones al tiempo que trasladan a las instituciones las necesidades de los distintos colectivos y personas.

Según Gil, muchas veces las instituciones ponen en marcha servicios que no se adecuan a las necesidades ciudadanas o son desconocidos, de ahí que sea "necesario" y "útil" un profesional que indague sobre las necesidades de la población, de las empresas y de las instituciones. Además se ofrece un teléfono de consulta (902 30 30 42) donde resolver dudas e informar sobre recursos existentes.

P. T./EFE