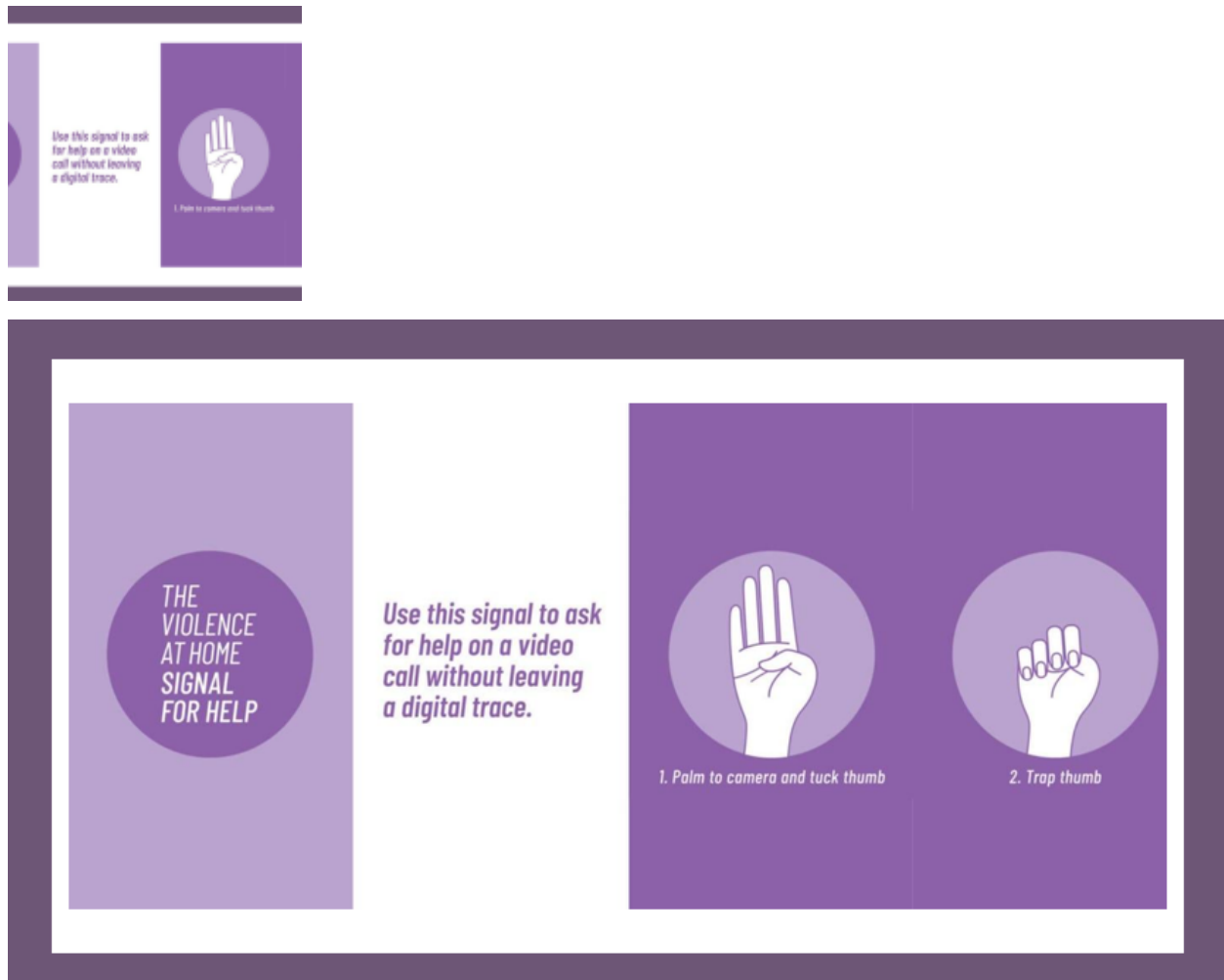


“Help Sign” recibe el Gran Premio Care al mejor anuncio social

escrito por Laura Natividad | noviembre 19, 2022



Los Premios Care se crearon en 2008 en colaboración con el Parlamento Europeo para destacar la contribución de la industria publicitaria a la sociedad. Cada año son organizados por la organización sin ánimo de lucro ACT Responsible, con el objetivo de reconocer la excelencia en la promoción de la atención para las personas y el medio ambiente a través de las campañas publicitarias. Los premios galardonan aquellas campañas más creativas que abarcan temas como la salud pública, el medio ambiente, el

consumo sostenible, la seguridad pública, la violencia machista, la discapacidad, los derechos humanos, el maltrato infantil, las personas sin hogar, la educación y otras cuestiones públicas de actualidad similares.

La ceremonia de entrega de premios tuvo lugar en Bruselas esta semana, en la que se desvelaron los siete ganadores y el Gran Premio, como informa [Europapress](#). Entre los temas presentes en la selección final estuvieron el abuso infantil, la violencia machista, los derechos de las personas transexuales o la sobrepesca. Entre el jurado figuraba la vicepresidenta del Parlamento Europeo, Dita Charanzová, quien resaltó en su discurso como los premios demuestran que una publicidad eficaz es algo más que una herramienta comercial destinada a conseguir beneficios a empresas, sino también lo es ayudar a transmitir mensajes a favor del bien común.

El Gran Premio este año se lo ha llevado “Help Sign”, la campaña promovida conjuntamente por la Fundación Canadiense de la Mujer y la Red de Financiación de la Mujer para hacer frente al dramático aumento de la violencia doméstica durante los confinamientos por Covid-19. Se trata de una herramienta que ha salvado la vida de mujeres víctimas de violencia de género, a través de una campaña que diseñó una señal silenciosa como una forma discreta de mostrar a los demás que se está en situación de peligro. El gesto consta de tres pasos: 1) acercar la palma de la mano a la cámara. 2) meter el pulgar y 3) atrapar el pulgar en el puño.

La campaña fue noticia en más de 45 países y se hizo viral en TikTok, ayudando a que el gesto fuera mundialmente conocido, y al alcance de muchas personas. Así como, contribuyó a sensibilizar en todas las partes del mundo la importancia de ayudar a quien sufre violencia de género, especialmente en momentos de mayor vulnerabilidad.