

CINE DIVERSO AMAZÓNICO

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Objetivos del Ciclo

Cine Diverso Amazónico se propone los siguientes objetivos:

- Implementar una estrategia de circulación de contenidos cinematográficos LGTBIQT+, así como de valores intrínsecos a esta temática, como la inclusión, diversidad, respeto e igualdad, así como derechos de la comunidad LGTBIQT+.
- Crear espacios, en medios de comunicación tradicionales y digitales, para la difusión de un cine regional amazónico, con propuestas que promuevan la igualdad, la diversidad y el respeto a todas, todos y todes, sin excepción.

Territorios

Cine Diverso Amazónico aspira armar su estrategia de circulación en medios de comunicación y redes sociales geográficamente ubicadas en las regiones amazónicas del Perú, donde se iniciará esta fase de circulación (Huánuco, Loreto, San Martín, Ucayali)

Público objetivo

El público objetivo de esta estrategia de comunicación y circulación planteada en el Ciclo Cine Diverso Amazónico, son aquellos televidentes y usuarios de redes sociales de las ciudades de Iquitos, Moyobamba, Pucallpa, Tarapoto, Tingo María y Aucayacu, donde se establecerán las programaciones del ciclo.

A) Concepto general

El plan de comunicación de Cine Diverso Amazónico gira en torno a una estrategia que apuesta por la interactividad, las redes sociales, que sea complementada por una línea de comunicación en medios audiovisuales e impresos, usando los tópicos propios de los productos audiovisuales presentes en esta antología (amor, pasión, temática LGTBIQ+, Amazonía), reforzados hacia nuestros públicos objetivos.

Hemos decidido integrar a nuestra estrategia de comunicación dos elementos importantes:

- i) Mensajes a modo de slogans, que planteen el esquema de comunicaciones. Hablamos de cine, desde una mirada de diversidad y pluralidad, y en él señalamos mensajes de respeto e igualdad, alejados de estereotipos y prejuicios.
- ii) Una campaña de contenido, gráfica y audiovisual que fomente el interés, la dinámica, la sensación tropical, pero al mismo tiempo la dimensión de las problemáticas. Conceptos claros, sencillos, contundentes, que dejen una percepción adecuada capaz de impactar, generar intriga y decisión de consumir.

B) Piezas básicas de comunicación y promoción

Desde un principio, el ciclo se lanzará con la película "Mapacho" como eje central del mismo, a través de las principales piezas de difusión y comercialización. Nuestra película tendrá como primera propuesta, las siguientes piezas:

- a) **Afiche oficial y Línea gráfica.** En este punto mostramos el afiche desarrollado con el enfoque de Cine en Casa y/o en el celular (redes sociales). Es una versión inicial, que se testeará mediante análisis de expertos y focus groups de públicos objetivos y se perfeccionarán antes del lanzamiento.

- b) **Spot oficial.** Del mismo modo, crearemos un spot oficial, que se lanzará en los diversos canales locales donde se presentará el ciclo. Este spot, además, tendrá variaciones enfocadas a cada una de las ciudades donde se realizará la circulación, el cual será complementado con la difusión respectiva en redes sociales, segmentadas por edades y zonas geográficas
- c) **Press Kit y creación de contenidos promocionales.** Que incluirán piezas gráficas, audiovisuales e informativas, referidas al detrás cámaras de las obras incluidas en el Ciclo de Cine Diverso Amazónico, B-roll (reel de imágenes diversas para cortes en televisión), piezas audiovisuales publicitarias (spots tv/spots animados), spots para tv, radio e internet, así como afiches para prensa escrita. Adicionalmente, notas de difusión con contenido sobre los trabajos incluidos en el ciclo, entre otros.
- d) **Prensa y RR.PP.** Toda la campaña estará movida por un coordinador general de prensa, que establecerá un plan de comunicación, tanto en medios tradicionales, canales, como a través de Internet y redes sociales.

Se contará con el apoyo de los propios canales que exhibirán el ciclo, así como diversos medios de comunicación en radio y prensa escrita, así como medios de orientación en Internet.

C) Medios de comunicación

Se identificarán las piezas publicitarias necesarias en cada medio y su estrategia de llegada a ellos, tanto a nivel amazónico como nacional.

Los elementos distintivos de cada espacio serán los siguientes:

- i) **Televisión local.** Estamos interesados en alcanzar la mayor cantidad de espacios posibles, moviendo reportajes de diverso aspecto, con material propio (B-roll, making of), así como motivando las entrevistas a los protagonistas, vinculados con la realización de la película, de los cortometrajes, así como con la temática.

Se prevé hacer el lanzamiento del spot oficial en la televisión, en canales locales, así como lanzamiento making off, producción, ingresar a programas con spots.

En cuanto a pauta publicitaria, buscando asociaciones con algún canal de cable y otro de señal abierta, para promocionar la película a través de spots centralizados. Esta pauta estará enfocada básicamente en canales de televisión locales de buena audiencia.

- ii) Prensa escrita local.** En la prensa aprovecharemos la figura de nuestro casting para generar notas sobre el proceso de creación de Cine Diverso Amazónico. Se generarán contenidos diversos sobre la temática que toca la película; así como su compromiso con la causa LGTBIQ+ y con la Amazonía

Adicionalmente, se coordinarán entrevistas periodísticas con los directores y actores participantes en el ciclo, principalmente en medios de difusión masiva. Coordinación de entrevistas en medios especializados en cine.

- iii) Radio local.** La radio es una de las herramientas de comunicación de mayor impacto en la Amazonía peruana, en muchos casos su nivel de influencia es mayor que el de la propia televisión o la prensa escrita. Considerando esto, se buscarán alianzas con importantes radios o conglomerados para conseguir un impacto fundamental en la difusión del ciclo, a través del lanzamiento de spots radiales.

De este modo, se buscará contar con el apoyo permanente a la difusión, mediante entrevistas, reportajes, enlaces en directo, lanzamientos y concursos. Así mismo, promover reportajes sobre historias y personajes vinculados con la temática del ciclo de programación; sirviendo como punto de partida para reportes especiales.

- iv) Impacto en medios de comunicación nacionales.** A través de la estrategia de difusión local, que realizaremos en cada una de las regiones donde se presentará el ciclo de Cine Diverso Amazónico, buscaremos impactar de modo positivo en las comunidades, de modo tal que el ejemplo planteado en nuestras experiencias en Loreto, Ucayali, San Martín o Huánuco se puedan convertir en modelos de circulación, de creación de públicos, de fomento de la diversidad a través del cine, y esto, a su vez, puedan ser atractivos para los medios de alcance nacional.

En ese sentido, trabajaremos a través de nuestro press kit, así como la difusión de notas en periódicos, revistas y programas de televisión nacional; además de medios de periodismo online, entre ellos aquellos que tienen mucha llegada por su fomento de una cultura de la inclusión.

Se trata de destacar la novedad del ciclo, desde el lado de sus contenidos cinematográficos; pero, más aún, destacando el valor regional de los trabajos mostrados, así como el mensaje de diversidad e inclusión y su valor social dentro de la Amazonía y, a través de ella, para las distintas realidades del Perú.

D) Internet y Redes sociales

Resulta fundamental la presencia de las redes sociales dentro de una estrategia de conocimiento, de difusión y de lanzamiento y de interacción del potencial espectador con el ciclo de Cine Diverso Amazónico.

Nos interesa potenciar el lanzamiento con una estrategia específica y presencia en redes sociales como Youtube, Twitter, Facebook e Instagram, entre otros. Se debe generar empatía inmediata en los públicos objetivos, que son amplios consumidores de redes sociales.

El plan de promoción y difusión considera las siguientes actividades:

- **Gestión del posteo en redes sociales.** Semanas antes del estreno en cada ciudad, se realizará el posteo de contenidos referidos al ciclo, en redes, con actualizaciones semanales, promociones, rebote de notas de prensa, etc. Se seleccionará contenidos específicos, que contarán con pauteo y/o promoción pagada.
- **Publicaciones de gráfica para redes sociales** (gráficas y textos de acompañamiento) sobre el ciclo.
- **Viralización:** gestión de difusión orgánica para publicaciones clave.
- Se tendrá la plataforma Youtube para **difundir nuestro trailer**, así mismo como site de alojamiento de diversas piezas audiovisuales que se muevan desde el lado

promocional hasta el lado informativo/difusión de la película y los elementos temáticos que trata.

- **Cobertura para redes sociales de los estrenos**, incidiendo en la diferenciación en cada localidad específica.
- **Publicación** de fotos, frases importantes, pequeños videos, streamings cortos.
- Trabajo constante de **engagement e interacción en redes sociales**.

Adicionalmente, trataremos de incidir en la creación de mensajes online, con participación de líderes de opinión en temas de no discriminación y diversidad; todos ellos con presencia activa en Internet y con ascendiente en las regiones amazónicas donde presentaremos el ciclo. Nos encargamos de mapear a estos personajes, convocarlos para lograr una corriente de opinión positiva

Finalmente, trabajaremos difusión con plataformas digitales, los contenidos difundidos por influenciadores, blogs y fanpages especializadas en contenidos cinematográficos, en temática LGTB y en noticias vinculadas con la Amazonía.

----- 0 -----