

Plan de difusión, comercialización y distribución cortometraje “Alba”

El cortometraje Alba es un proyecto que, dentro de su estrategia de distribución, se divide en dos etapas: Distribución internacional y distribución local. Esto con el propósito de que la historia tenga un tiempo de vida más prolongado a lo que usualmente acostumbra un cortometraje. Posteriormente a la distribución, el proyecto busca comercializarse de manera alternativa en comparación a otros cortometrajes gracias a un modelo de difusión alternativo. Nuestra campaña busca ser un modelo de inspiración para otros proyectos de cortometraje, de tal forma de motivarlos a buscar formas creativas de darle vida a sus proyectos y que ello va más allá de los festivales.

I. DISTRIBUCIÓN

ETAPA I: Distribución internacional

Esta primera etapa inicia en Mayo del 2020. El proyecto buscará lograr un impacto favorable en los festivales más importantes de Europa y Norteamérica. La mujer y los sueños, como eje temático del proyecto serán nuestros puntos de interés para el jurado, además del estilo del proyecto, el cual es diverso desde su propuesta. Existen tres grupos al que nos vamos a dirigir:

- **Grupo 1:** Nuestro objetivo será lograr ser seleccionados en, al menos, cuatro de los veinte festivales que puedan brindarle un prestigio representativo al proyecto. El listado de estos es el siguiente:
 - Annecy International Animated Film Festival
 - Fantoche International Animated Film Festival
 - Stuttgart Trickfilm International Animated Film Festival
 - Holland Animation Film Festival
 - Anima Mundi Film Festival
 - Ottawa International Animation Festival
 - Animafest Zagreb Film Festival
 - Anima - The Brussels Animation Film Festival
 - ANIMAC International Animation Film Festival of Catalonia

- Anifilm Film Festival
- Kraków Film Festival
- New York International Children's Film Festival
- Hiroshima International Animation Festival
- Encounters Short Film and Animation Festival
- Melbourne International Animation Festival
- Leeds International Film Festival
- LA Shorts Fest
- Cinanima International Animated Film Festival
- London International Animation Festival
- KLIK Amsterdam Animation Festival

Este listado será el foco principal de la distribución del cortometraje. Sin embargo, también contamos con una lista de cerca de cincuenta festivales más que serán parte del circuito, más no serán el objetivo inicial de esta etapa.

- **Grupo 2:** La estrategia se enfocará en un área más extensa en lo que se distingue del primer grupo. En este caso sí se buscará lograr la mayor cantidad de reconocimiento, sea por selección o premio del jurado. Se postulará a estos festivales desde la misma web o registro de cada festival, pero, principalmente nos apoyaremos de plataformas de distribución conocidas como Filmfreeway o Festhome.

Dentro de este grupo, festivales como Nashville Film Festival, San Francisco Latino Film Festival, Mill Valley Film Festival, Santa Fe independent Film Festival son de nuestro interés. También festivales de Europa y lugares aledaños, entre ellos el Festival de Cine de Bilbao, Festival Icaro, Internacional de cortometrajes piélagos en corto, Landshuter Kurts Film Festival, Cinelatino Rencontres de Toulouse, Irish Latin American Film Festival son espacios de nuestro interés. Lo que se busca es implementar una estrategia más agresiva donde se pueda visibilizar el proyecto en varios festivales del mundo. De esta lista de casi 120 festivales, buscamos ser seleccionados y/o premiados en mínimo, 15 de ellos.

ETAPA II: Distribución Local

En esta segunda etapa, lo que buscaremos es que el cortometraje obtenga el reconocimiento necesario en el continente latinoamericano y a nivel nacional. Contamos con una lista de cincuenta festivales, de los cuales buscamos ser seleccionados y/o premiados en mínimo, cinco de ellos.

Uno a los cuales se le está prestando mucha atención es del concurso de cortometrajes del festival de cine Al Este de Lima, ya que, de ser seleccionado nuestro cortometraje, el proyecto sería también exhibido en la edición del mismo festival en los países de Francia, Argentina y Uruguay. La muestra itinerante del festival de cine de Lima también nos interesa, pues el carácter descentralizado de este evento es un factor que ayudaría a exhibir mejor este proyecto. Del mismo modo estamos dirigiéndonos a eventos como Festival de Cine Hecho por mujeres, FENACO, Semana del Cine Universidad de Lima y entre otros.

Paralelamente a ello, pondremos en marcha un sistema de distribución que acompañe a la distribución nacional en festivales. Nos referimos a los festivales de latinoamérica, como son el caso del Festival Internacional de cine en Guadalajara, Festival de la Habana, Festival internacional de cine de cartagena de indias, Festival de cine latinoamericano de la plata, BAFICI, entre otros.

II. COMERCIALIZACIÓN

Paralelamente al cortometraje Alba, el distribuidor del proyecto cuenta con otros tres cortometrajes más (El día de Joel, Nunca Nieva en Lima y Viñetas) que mantienen como eje temático a la familia, la memoria y la tercera edad, elementos que están presentes en el cortometraje en mención. Consideramos que esto brinda un gran potencial a la exhibición presencial del proyecto, pues es complejo comercializar un solo cortometraje, pero para la audiencia puede sonar más atractiva la idea de consumir cuatro o cinco cortometrajes que mantengan un eje temático similar.

AYER Y MAÑANA

Historias sobre la niñez y la vejez
desde la mirada de la mujer



NUNCA NIEVA EN LIMA

Dir: Joanna Arcos

(7min)

Lima, una mujer de 70 años, busca reencontrarse con la nieve, a pesar de que esto la lleve a lugares inimaginados.



ALBA

Dir: Elva Arrieta

(7min)

Leti, una pequeña niña rebelde, usa su imaginación para que su familia la comprenda.



EL DÍA DE JOEL

Dir: Liliana Vilchez

(9min)

Un niño solitario realiza los preparativos para su fiesta de cumpleaños con la ilusión de que todo salga perfecto.



VIÑETAS

Dir: Paola Calderón

(7min)

La nieta de Oscar busca conocer más a su abuelo, mientras este le enseña lecciones de vida a la joven.

Hasta el momento, el nombre con el que se titulará este compilado de cortometrajes será “Ayer y Mañana: historias sobre la niñez y la vejez desde la mirada de la mujer”. Se busca abrir al diálogo la temática sobre la tercera edad y la infancia a partir de historias que sean cortas y que, además, estén contadas desde la perspectiva de cuatro directoras emergentes del cine peruano.

Bajo esta fortaleza, nos interesa conectar de una forma más directa con la audiencia e implementar una estrategia que nos ayude a comercializar el proyecto; esta será de dos tipos: Presencial y Digital.

a) Presencial:

Creando el producto físico de “Ayer y Mañana”, crearemos eventos donde se harán proyecciones presenciales de estos cortometrajes. Para ello, se invitarán a las directoras para que, una vez finalizadas las proyecciones, se pueda pasar a un conversatorio entre la audiencia y las creadoras. De acuerdo a la disponibilidad de los locales, se buscará vender merchandising de los distintos proyectos, desde pines, DVDs, posters, postales, entre otros.

Como principal centro de base para realizar las primeras proyecciones, utilizaremos el local - estudio de 4Monos, donde crearemos 20 funciones para este proyecto. Este local es de propiedad del encargado de la distribución, Saúl Anampa, frente a ello, se brindarán todas las facilidades necesarias para llevar a cabo este la difusión de este proyecto en este local. Cabe recordar que este local se ha usado previamente para las proyecciones de la película GenHi8, la cual fue ganadora a promoción internacional en el 2018 en el concurso de la DAFO.



Además de este local, existirán otros puntos estratégicos para exhibir este proyecto, como por ejemplo:

- La casona de Rick
- Cine Olaya
- Cineclub Cinestesia
- Casa Amaru
- Casa Fela
- Paradero Espacio Cultural
- Plataforma Espacio Cultural
- Valverde Cineclub
- Otros

Durante los dos primeros meses, estas funciones serán gratuitas. Una vez lograda una mayor difusión del proyecto, de acuerdo a las negociaciones con los locales, se cobrarán entradas que costarán entre S/5 y S/6 para la audiencia.

Por otro lado, también buscaremos que, gratuitamente, este proyecto llegue a espacios educativos como:

- Cineclub UPC
- Cineclub Universidad Federico Villareal
- Centro Cultural San Marcos
- Universidad Privada del Norte
- Universidad de Ciencias y Humanidades
- Cineclub Universidad de Lima
- Cineclub Letras PUCP
- Entre otros.

Finalmente, los DVD's de este producto se distribuirá por centros como Plaza Veja, Wong, Tottus. Así como también en librerías, centros culturales, museos y otros espacios. El costo dependerá de lo acordado con estas empresas.

b) Digital:

Por otro lado, buscamos encajar en el perfil del consumidor cinéfilo o que está en búsqueda de nuevas historias mediante plataformas alternativas de consumo. Uno de nuestros principales aliados será Cineaparte, el cual ha ido creciendo en los últimos dos años y ha ido promoviendo diversos proyectos de cine peruano. El promedio de precio de venta para largometrajes es de S/10 en caso sea compra de la película y S/6 si es por alquiler. Nosotros buscaremos negociar para que nuestro precio de venta sea de S/6 y S/4 en el escenario de alquiler para el compilado de cortometrajes Ayer y Mañana. Pero existen otras plataformas a las cuales nos dirigiremos para ampliar este sistema de distribución digital del proyecto, es el caso de:

- Mowies
- Festhome TV
- Vimeo Plus
- Indie

- Claro TV
- Movistar TV

III. DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

El cortometraje aún no cuenta con redes sociales o algún Blog, pero del material registrado en el Teaser ya se ha ido creando contenido diverso como fotos, y videos, donde se podrá conocer más a cada uno de estos nuevos talentos de la técnica del stopmotion. Esto implica la creación de plataformas que puedan integrarse.. Por ejemplo, la página web, a través de un Blog, puede ir registrando todo el proceso de creación y testimonio del equipo técnico. Así mismo, el uso de las redes sociales puede ayudar a canalizar este contenido. También será necesario, como herramienta para la difusión internacional en festivales, la creación de una cuenta de IMDB del proyecto.

a) Blog:

Actualmente Nunca Nieva en Lima cuenta con una web, la cual busca ser una fuente de información para que nuestros seguidores vean desde la perspectiva del productor y la directora cómo se avanza el proyecto. Se busca crear la experiencia de “Diario de un cortometraje”, pues a nivel general, es usual que el público no esté familiarizado con la complejidad que implica realizar un proyecto de cortometraje. Desde las desdichas, las expectativas y los procesos de pre-producción por las que atraviesan los realizadores, esto se puede convertir en información de interés para el público en general y también para aquellos que recién empiezan sus estudios en materias audiovisuales. Nos interesa que esta plataforma sirva para que los distintos miembros del equipo técnico cuenten con una ventana adicional al mercado internacional cinematográfico. Muchos de ellos son talentosos y ya han realizado laboratorios o pasantías en diversos países donde han sido reconocidos por su desempeño. Ello amerita que comiencen a aparecer en plataformas como IMDb y, en sus siguientes proyectos, sea más fácil ubicarlos.

b) Campaña de intriga

Ya contamos con un teaser, el cual será nuestra principal herramienta para aplicar publicidad pagada a este proyecto y, a partir de ello, crear interés en la audiencia y que su interacción sea orgánica con el contenido restante de nuestras plataformas. El mensaje de esta campaña irá dirigido a grupos, instituciones y colectivos que tengan como iniciativa la defensa de los derechos de las mujeres. Así como también nos dirigiremos a mujeres en general, ya que es un tema que despierta debate en nuestro contexto.

Lo que se busca, con el financiamiento obtenido, es contar con una suscripción a IMDb, contar con un monto asignado para la publicidad pagada en instagram y facebook y poder pagarle a un diseñador web para que cree esta plataforma, así como también a un community manager que nos oriente a dirigir mejor nuestra campaña en redes sociales.



Documento Elaborado por Saúl David Anampa Mesías