

Plan de comunicación digital de la Corporación Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador - Periodista

Jorge Iván Henao Córdoba

**Asesor
Cristián Eduardo Blanco García
Magíster en Estudios Políticos**

**Corporación Universitaria Lasallista.
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas-Antioquia
2018**

Contenido

Introducción.....	8
Justificación.....	9
Objetivos	10
General.....	10
Específicos	10
Marco teórico	11
Definición de las redes sociales	11
El poder de las redes sociales.....	11
Aplicación de las redes sociales en la sociedad.....	12
Las redes sociales para la cultura	14
El cine y las redes sociales.....	15
Marco de referencia	17
Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI).....	17
Festicine Antioquia	23
Festival de Cine de Oriente	24
Diagnóstico de públicos	26
Planteamiento del problema.....	28
Planteamiento de la estrategia	29

Herramientas utilizar	30
Facebook	30
Twitter	33
Instagram	35
Plan de acción	36
Antes del festival	38
Durante el festival	40
Después del festival	40
Metodología	41
Desarrollo de la estrategia	44
Facebook	61
Twitter	73
Instagram	78
Resultados	85
Conclusiones	87
Recomendaciones	89
Referencias	90

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Comparativo de redes.....	20
Ilustración 2, publicaciones en redes	21
Ilustración 3, página web FICCI	22
Ilustración 4, Página web FesticineAnt.....	22
Ilustración 5, inclusión del evento en Facebook.....	62
Ilustración 6, Lista de películas publicadas	63
Ilustración 7, Piezas con logotipos	64
Ilustración 8, Publicación de gifs	65
Ilustración 9, Publicación de Crowdfunding.....	65
Ilustración 10, Publicación de invitados espaciales.....	66
Ilustración 11, Publicación de experiencia diaria.....	67
Ilustración 12, Personajes que vivieron el festival	68
Ilustración 13, Álbumes fotográficos.....	69
Ilustración 14, Publicaciones más relevantes.....	70
Ilustración 15, Conferencias en vivo.....	71
Ilustración 16, Concurso taller de talentos	72
Ilustración 17, Agradecimientos finales	73
Ilustración 18, Menciones de MInCultura	74
Ilustración 19, Publicaciones pre festival.....	74
Ilustración 20, Publicación Cruwdfunding en Twitter	75
Ilustración 21, interacción con usuarios	76
Ilustración 22, Recibimiento de invitados	76

Ilustración 23, Menciones especiales.....	77
Ilustración 24, Cubrimiento en directo	77
Ilustración 25,Cubrimiento en directo	78
Ilustración 26, Publicación en Instagram 1	79
Ilustración 27, Publicación en Instagram 2	80
Ilustración 28, Publicación en Instagram 3.....	80
Ilustración 29, Publicación en Instagram 4.....	81
Ilustración 30, Publicación en Instagram 5.....	82
Ilustración 31, Publicación en Instagram 6.....	82
Ilustración 32, Publicación en Instagram 7.....	83
Ilustración 33, Publicación en Instagram 8.....	83
Ilustración 34, Publicación en Instagram 9.....	84
Ilustración 35, Publicación en Instagram 10.....	84

Lista de Tablas

Tabla 1. Mapa de públicos del Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia.....	28
Tabla 2. Calendario de Publicaciones.....	44

Resumen

Este documento inicia en septiembre con el rastreo de actividades y festivales similares al Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia que tienen como objetivo crear ambiente cultural e incluir la formación de públicos como parte de sus actividades.

Los objetivos son la clave para el desarrollo de todo el trabajo, ya que con este se plantea una metodología y una estrategia con la oportunidad de ser desarrollada tanto antes y durante el festival que se lleva a cabo en el mes de diciembre.

Como garantía, se maneja un cronograma de publicaciones para cada una de las redes sociales de la Corporación que sirva como guía y permita generar contenido apropiado para cada una de ellas. Este sirvió a su vez para conocer las falencias e inconvenientes que presenta el equipo de comunicaciones a la hora de usar estas herramientas para dar a conocer la información del festival.

Se presenta el desarrollo de toda la metodología propuesta, con imágenes de apoyo que sirvan para entender todo el contexto. Al final se exponen los resultados y las debidas conclusiones de todo lo aplicado.

Introducción

Las redes sociales a través del tiempo se han empleado como una herramienta de información las cuales posibilitan la comunicación entre las organizaciones y sus públicos. Para el plan de medios digitales del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia se quiso consolidar las redes sociales ya existentes para masificar la información transmitida a los públicos del Festival de Cine, dados los percances a la hora de las publicaciones para el evento. Para cumplir con el objetivo anteriormente mencionado, en este documento se presenta un calendario de publicaciones para Facebook, Instagram y Twitter, con el fin de analizarlo como una guía a desarrollar.

Previo a la creación de este calendario se plantea una identificación del manual de estilo de publicaciones anteriores, para ver las oportunidades a mejorar y así diseñar una estrategia acorde a las necesidades del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia para el mes de diciembre. Con esto se establecen unos objetivos a desarrollar y se analizan las desventajas del equipo de comunicación a la hora de generar contenido en redes sociales, que cumpla con todo lo que acontece al festival.

Las características de este trabajo pretenden presentar los argumentos y las experiencias vividas en el festival, desde meses antes de su desenlace, así como el completo desarrollo de las estrategias y tácticas tenidas en cuenta para el desarrollo de todo lo planteado.

Justificación

En la actualidad, las empresas promocionan sus productos y servicios a través de plataformas digitales más precisas: las redes sociales. Para la Corporación Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia es de gran importancia crear contenidos informativos y atractivos con los cuales sus públicos tengan un mensaje claro sobre sus actividades encaminadas al alcance de sus objetivos organizacionales. El fortalecimiento de estos medios generará un incremento y fidelización de sus comunidades virtuales, lo cual se verá reflejado en el aumento de asistentes a eventos, seminarios y actividades.

La corporación busca formar públicos en apreciación cinematográfica posibilitando que niños y jóvenes se adentren al mundo audiovisual sin necesidad de ir a una sala de cine comercial. La mayoría de sus actividades incluyen programas de cine clubes, donde proyectan películas con grandes aprendizajes educativos, motivando a la audiencia a utilizar el cine no comercial como medio de reflexión social, este espacio se da en ambientes abiertos y de fácil acceso.

Las redes sociales y medios de comunicación juegan un papel muy importante para la difusión del mensaje con las fechas, horarios y lugares en que se proyectarán o se harán actividades de la corporación. Son las principales herramientas para fomentar la interacción y participación con el público objetivo de la Corporación, además son en estas donde se proyecta toda la imagen visual de lo que es el Festival de Cine.

Se busca tener un mayor alcance de difusión de las actividades continuas de la corporación.

Objetivos

General

Diseñar un plan de comunicaciones digital, teniendo en cuenta las redes sociales de la Corporación, como una propuesta para crear estrategias de comunicación efectivas para el XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia.

Específicos

- Identificar la necesidad de comunicaciones en los medios digitales que se usarán en el Festival de Cine de Santa Fe.
- Identificar los públicos objetivos del festival.
- Diseñar los contenidos digitales para cada público identificado.
- Establecer actividades de seguimiento de los contenidos publicados.

Marco teórico

Definición de las redes sociales

Para la Corporación se han convertido en unos grandes aliados a la hora de mostrar el festival y todo lo que este trae para la comunidad. Es por medio de ellas que los cinéfilos se dan cuenta de las actividades que se van a realizar, convirtiéndose en una fuente de convocatoria para los asistentes del mismo.

(Gimón, 2017), Editora para la sección de Artículos para la plataforma web de Social Media Líderes nos define que, las redes sociales son estructuras sociales que funcionan como medios de comunicación, para facilitar la difusión de mensajes en canales de información”, por lo cual esto nos permite estar acortando distancias y tiempos de envío de mensajes, todo ello facilitando las relaciones de parentesco, relaciones personales, relaciones organizacionales, entre otras.

El poder de las redes sociales

Una gran alternativa para el proyecto es conocer como una situación principal el poder que generan las redes sociales en cualquier ámbito de la vida y en el cine específicamente.

Carla Gimón, apunta que, lo novedoso de estas redes sociales es que acortan los tiempos de comunicación y además puedes mantenerte informado acerca de amistades, noticias, productos, servicios y un sinfín de información que puedes encontrar en las mismas haciendo que faciliten a muchas personas que están en países distintos, en ambientes diferentes y que pertenecen a diversas culturas, mantenerse comunicados e informados (Gimón, 2017).

Gimón además agrega, El mundo de las redes sociales ha acaparado a la mayoría de los habitantes del planeta tierra y es que estos medios de comunicación han pasado a formar parte esencial de la vida de muchos individuos en el mundo. Cada vez es mayor la cantidad de tiempo que pasamos en las redes sociales (Gimón, 2017).

Para el Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia este fue argumento de apoyo para la difusión del mensaje en términos de contenidos, teniendo en cuenta el público objetivo y la originalidad de las publicaciones, que fueran precisas e interesantes con el fin de que las personas, como dijo Gimón, fueron aplicadas para fines de mercadeo y ventas.

Aplicación de las redes sociales en la sociedad

Esta será una perspectiva global de lo que han aportado las redes en materia de información a través de tácticas de persuasión, mensajes claros y reclutamiento de personas que quieren apuntar o ser partícipes de lo que se está mostrando en ellas, como una herramienta tecnológica que hace el diario vivir más inmediato, por su inmediatez a la hora de la promoción de mensajes y contenido.

La Universidad de Palermo ofrece en su plataforma virtual una sección denominada *Escritos en la Facultad*, redactada por María Emilia Avaca y María Victoria Álvarez, donde se encontró un ensayo que habla del impacto de las redes sociales en la moda. En este se puede evidenciar cómo también se crea una serie de ventajas y desventajas a la hora de promover información, vendiendo productos y haciendo llamado a convocatorias mediante la web.

Uno de los argumentos publicados nos dice que se debe invertir en contenidos de calidad exclusivos para la red, pero sobre todo se deben elaborar contenidos con lo realizado en la red para transmitirlo en publicidades de medios tradicionales y para compartirlo en las acciones de relaciones públicas (Avaca & Álvarez, 2013), demostrando que en ellas de haber un mensaje más puntual e inmediato para la captación del público, puesto que no es un medio tradicional y no tiende a repetir lo que quiere decir.

El Festival de Cine cuenta con medios aliados tradicionales como apoyo para la difusión del mismo. Caracol, Telemedellín, Teleantioquia, La X y los medios santafereños son algunos de ellos, pero en estos no se tiene el mismo impacto que generan las redes gracias a la interacción que proponen ellas. Porque son estas las que mediante los dispositivos móviles que las personas tienen a la mano se dan cuenta de la información inmediata, mientras que en medios tradicionales, como Caracol por ejemplo, el promo del Festival lo ponen muy temprano en la mañana y muchas personas a esa hora o están dormidas o se preparan para laborar.

Facebook se convierte en la red social que mayor reputación le genera al festival, los seguidores están en constante interacción con la red mediante preguntas públicas en las publicaciones de la página, así como mensajes internos. Pero por el número de seguidores no se puede medir el éxito del mensaje. El éxito no pasa solamente por la cantidad de seguidores o usuarios simpatizantes, se trata también de lograr una relación y una comunicación recíproca, de igual a igual. Hoy en día se observan diversos cambios en los consumidores, quienes han pasado a condicionar la estrategia de cada marca.

Las redes sociales para la cultura

Para conocer con más detalle lo que se quiere lograr con este documento, hay que profundizar en materia de cultura y de cómo ella le saca el mayor provecho a las redes sociales.

En la mayor parte de los museos, conciertos y obras de teatro españoles y de gran parte del mundo, una de las indicaciones que se encuentran nada más entrar es la de «prohibido hacer fotografías o usar los móviles». Sin embargo, otros han descubierto que es mucho mejor dejar hacerlo. El MoMA de Nueva York, el Louvre de París o el Thyssen de Madrid, en su colección permanente, son un ejemplo de esto (de la Peña Aznar , 2014). Añade de la Peña Aznar al hablarnos de la importancia en la actualidad de mezclar las redes con la cultura, añadiendo cierto número de reglas que propone lo digital para lograr mayores beneficios en cuestión de audiencia.

La ventaja competitiva de utilizar las redes sociales para la difusión de cultura está en la iniciativa de todos los centros culturales, de arte o exposiciones que invitan a conocerlo y vivir sus experiencias, que por medio de estas brindan un oportuno acercamiento con los usuarios y su público objetivo.

En pocas palabras, el éxito deriva de que un participante de cierta obra, publique una foto inmediata y en vivo de lo que está sucediendo y automáticamente genere interés en su círculo de seguidores.

“La cultura hoy es indisoluble del modo en que las personas se comunican y viven y las estadísticas dicen que cada vez más pasamos gran parte de nuestro tiempo en las redes sociales” (de la Peña Aznar , 2014), por lo que muchos espacios culturales

están tomando esta nueva modalidad para darse a conocer y crear reconocimiento de entretenimiento y diversión.

El cine y las redes sociales

Para el Festival es de suma importancia aplicar el cine y las redes sociales, puesto que todo su contenido es difundido por este medio, por ende, hay entender la relación entre los dos términos. Las redes sociales se convierten aquí en la mejor herramienta para cautivar y mostrar contenidos cinematográficos, especialmente para nuevos realizadores, que no cuentan con los fondos suficientes para mostrar sus proyectos en medios de gran alcance.

Como lo dice Daisy Cruz, realizadora audiovisual en su vlog: “en el mundo de la producción, donde sólo veo, presupuestos y coordinación de equipo personal y artístico, había dejado de ver la gran estrategia de marketing que requiere promover una película y más si es de bajo presupuesto” (Cruz, 2014), y se refiere nada más que a las redes como instrumento para dar a conocer y mostrar sus realizaciones audiovisuales.

Apunta que la interacción con el público hace que el resultado del proyecto sea más fructífero y ameno. Otra estrategia interesante y con mucho peso es crearle usuarios de éstas redes sociales a mis personajes y comenzar a darle promoción con vídeos de situación de lo que pasa en un set de filmación y como prepara su personaje. Si el actor es de alto renombre en el país, será una gran estrategia para llamar la atención de todos los fanáticos que sigan al determinado actor. Actualmente en la República Dominicana, no se está realizando una estrategia efectiva en las películas

locales, se quedan en herramientas básicas y posteos de lo que viene pronto y no aprovechan la cantidad de información que cada día ocurre en un set o en una preparación de una película y que, sin la menor duda, sirve para captar más público (Cruz, 2014)

Por todo lo anterior, la Corporación puede contar con Facebook, Instagram y Twitter como una forma económica de promover el Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, que se puede convertir en una estrategia exitosa para el cubrimiento del mismo, antes, durante y después de las actividades programadas.

Marco de referencia

Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI)

El Festival Internacional de Cine de Cartagena de Indias (FICCI) está definido como el más importante de Colombia en cultura cinematográfica. Es un festival cuyo aporte y antigüedad lo hace acreditarse como el mejor en Latinoamérica.

Es un evento que promueve la realización audiovisual local e internacional con ámbitos culturalmente formativos, con actividades que varían desde conferencias, exposiciones y conferencias que hacen que sea una experiencia única para los usuarios, cartageneros y visitantes, tanto para los cinéfilos y encaminados al arte como a los turistas que inundan las playas de Cartagena por esos días.

Uno de los eventos más importante y esperados de la televisión colombiana hace parte de su repertorio de actividades: los Premios India Catalina que anualmente premian lo mejor de la televisión local, con invitados y personalidades internacionales que participan de la gala.

La Corporación Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia lo tiene como referente para sus actividades. El FICCI cuenta con espacio para convocatoria de cineastas primerizos, con varias categorías, igual que lo es Caja de Pandora para Festicine. Incluye jurados nacionales e internacionales con talento para la dirección, producción, escritura de cine y afines.

Actualmente su ganancia más grande es la inclusión y la apuesta por proyectar más películas locales que internacionales. Este año, durante la fiesta en Cartagena, hubo más proyecciones de películas colombianas y de nuevos realizadores que

promueven con sus cortos diversos aprendizajes. Por lo que cerrada la feria, el equipo técnico y administrativo se dio cuenta que los participantes en estas actividades se triplicaron para este año.

Cuenta con un equipo amplio para la gestión del festival. Con la gran ventaja de tener marcas muy reconocidas asociadas, patrocinadoras y colaboradoras del mismo, como lo son RCN, Postobón, Cine Colombia, Volkswagen, EPM, Sena y el Gobierno de Colombia.

Su estrategia de comunicación se basa en materializar su popularidad mediante uno de sus grandes patrocinadores, RCN, quien es la marca encargada de difundir el mensaje y el evento año tras año vía televisión y radio, por lo que lógicamente le llega a toda Colombia, independiente de la ciudad; el cual televisa algunas actividades poniendo al pueblo colombiano de espectadores tras su televisor.

A pesar de su popularidad y gran alcance en medios masivos, a la hora de entrar a compararlo con sus redes sociales logra algo totalmente diferente, puesto que estas no reflejan la popularidad y trayectoria del FICCI. Usa Instagram como: @ficcifestival con 6.873 seguidores. Facebook como Festival Internacional de Cartagena de Indias con unas 35.935 personas a las que le gusta. Twitter como @_FICCI_ con unos 20.200 seguidores. YouTube con 1.567 suscriptores. por lo que se puede definir que sus redes sociales no son su punto a favor cuando se quiere crear contenido y divulgación de mensajes y aplica los medios masivos tradicionales como su fuerte.

Gracias a un equipo de trabajo entre comunicadores, fotógrafos y camarógrafos logran un mensaje muy visual, es decir, los seguidores logran captar la información por

medio de videos, fotos e imágenes que aportan contenido en redes sociales, propias de los eventos y comunicados con información de horarios de proyecciones antes y durante el festival. No hay mayor información de lo qué es y se espera del FICCI.

La siguiente es una captura de pantalla de ambas cuentas de Instagram donde se comparan los dos festivales en esta plataforma digital durante el evento, el contenido muestra el XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia y La edición 57 del FICCI en Cartagena. Como se puede observar ambas desarrollan actividades similares y en torno a lo audiovisual. La del FICCI es mucho más plana, no se menciona la panelista encargada del conversatorio, no hace uso de muchas etiquetas, pero lo compensan con una imagen es clara y profesional de la actividad que se está desarrollando.

Mientras que por otro lado, el Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia recurre a diversas etiquetas incluso durante las actividades del mismo. En este caso, el seminario académico a cargo del actor colombiano Antonio Sanint, quien es mencionado en la publicación así como el autor de la fotografía.

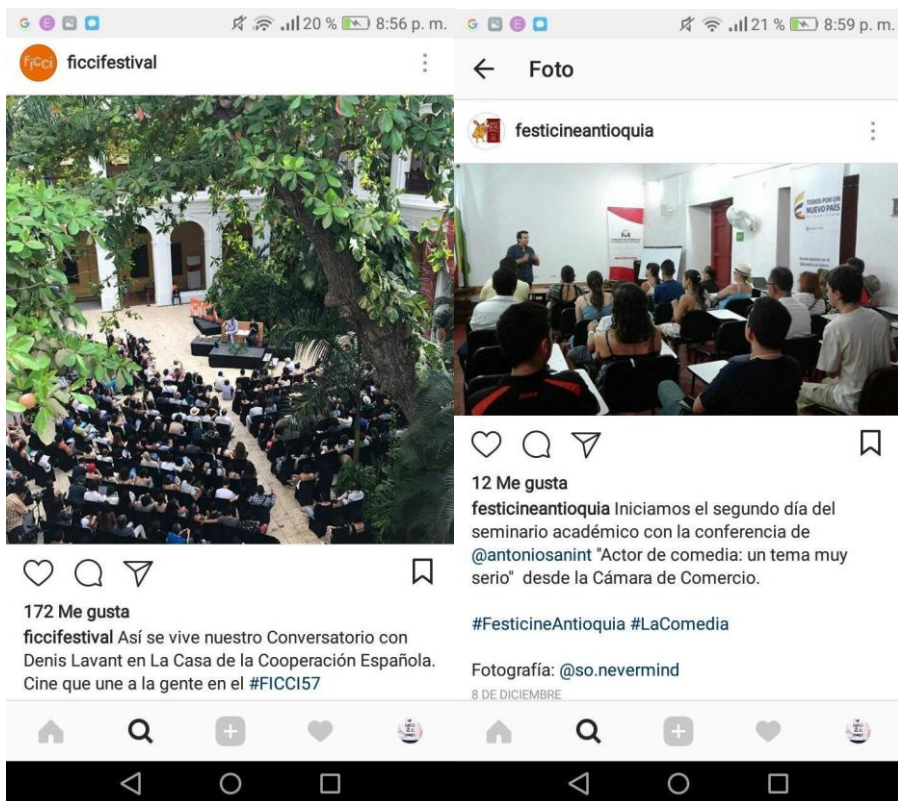


Ilustración 1. Comparativo de redes

Aquí se pueden apreciar dos imágenes con contenido multimedia antes del festival, donde dan a conocer los personajes con los que contará el evento y las proyecciones y actividades que tendrá cada festival. El FICCI siempre usa pocas etiquetas para llamar la atención, sin embargo es una mala estrategia puesto que el número de likes no es apropiado para el alto número de seguidores en sus cuentas, mientras que Festicine Antioquia, a pesar de no generar muchos likes, aporta contenido en sus publicaciones de expectativa y agrega las etiquetas correspondientes al mismo evento.

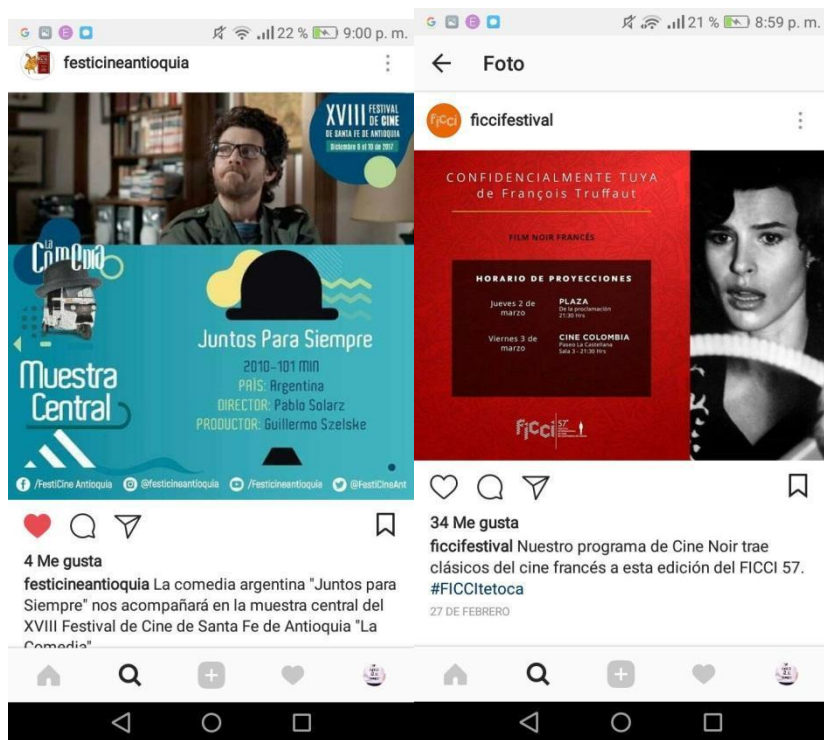


Ilustración 2, publicaciones en redes

La página web del festival es la que más aporta información y nutre de contenido cinematográfico a los lectores. Aparece la totalidad de actividades, así como los lugares de las presentaciones, fechas y horas, convocatorias, invitados, galería fotográfica, ediciones anteriores, galardonados, etc. Es la plataforma por donde el mensaje es más efectivo, ya que por este medio, los asistentes puedes hacer su registro de asistencia a algunas de las actividades y talleres, e incluso conocer los hospedajes y lo que ofrece como tal la ciudad de Cartagena.

A continuación se aprecian ambos sitios web con una imagen del inicio de la plataforma, que contiene los enlaces con las actividades y la información que acontece a cada festival. El FICCI es mucho más completa, pero a la vez compleja para la

interacción, puesto que sus actividades son muchas y de gran alcance, mientras que Festicine Antioquia contempla proporcionar sólo la información más relevante posible con el fin de no saturar la página web con excesivo contenido.



Ilustración 3, página web FICCI

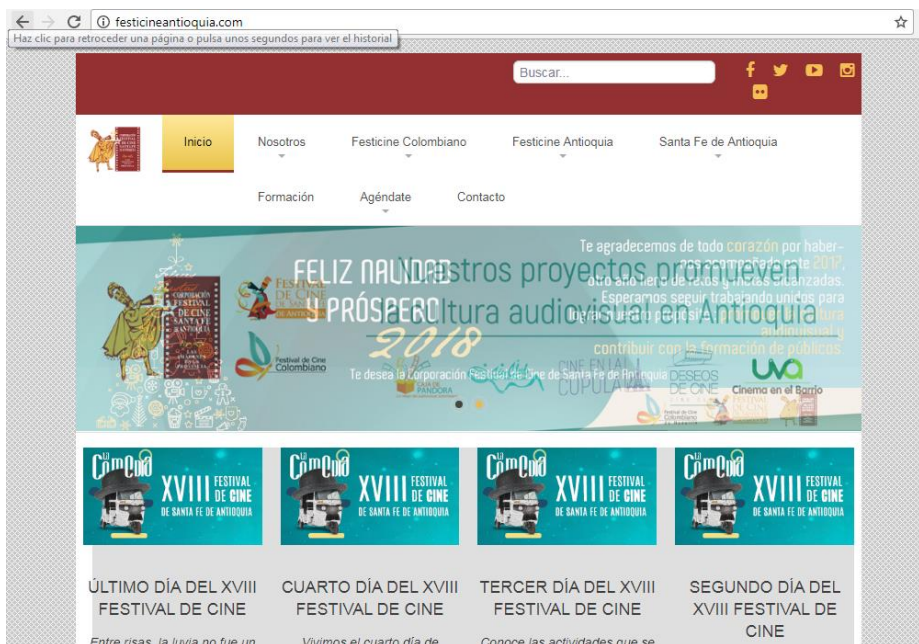


Ilustración 4, Página web FesticineAnt

Festicine Antioquia

El Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia se convierte en el segundo más importante del país, y es porque dichos festivales se evalúan por trayectoria. Nació en el año 2000 bajo el nombre de Festival de Cine y Vídeo de Santa Fe de Antioquia con una gran acogida en el municipio.

El festival tiene como estrategia de comunicación las redes sociales, por su impacto al instante y economía se convierten en grandes promovedoras de mensaje. Al igual que el anterior, cuenta con espacio para talleres, actividades académicas, proyecciones, invitados especiales, premiaciones y convocatorias, pero a un nivel no tan alto.

Es uno de los dos que comercializa el catálogo académico con la información de cada actividad, participante, tallerista, seleccionado de Caja de Pandora, cine actualizado, etc., que brinda más contenido al cinéfilo.

Usa las mismas 4 redes sociales del FICCI: Facebook con 28.902 personas que les gusta la página, Instagram como @festicineantioquia con 3.558 seguidores, @FesticineAnt en Twitter con 5.125 seguidores y YouTube con 399 suscriptores.

La herramienta más utilizada y que más se mueve es Facebook, por su mayor número de seguidores. Allí se potencializa algunas de las publicaciones con pautas pagas a la red social. Todo el contenido informativo, sobre actividades se publica siempre allí, dando la posibilidad de ser compartida.

También cuenta con una página web con la información pertinente sobre el festival, así como convocatoria y ediciones anteriores. Pero esta no cuenta con mucho alcance por parte de los cibernautas.

El festival cuenta con un equipo de comunicaciones con los siguientes personajes: Comunicadora profesional encargada, practicante de comunicaciones que hace las veces de asistente, diseñadora gráfica, webmaster para el manejo de la página, equipo fotográfico y audiovisual (Este sólo en el marco del festival).

Festival de Cine de Oriente

Con 10 ediciones el Festival de Cine de Oriente en Antioquia se convierte en el tercero más importante del país. Sin embargo aunque es un fuerte en materia de contenidos cinematográficos no resulta muy popular en el departamento. Es un festival que se realiza en el municipio de Guatapé, El Peñol, y su gran llamativo se basa enormemente en las proyecciones que realiza en la represa, donde las personas se suben a un barco de carga y desde allí apreciar bajo las estrellas una buena película.

Cuentan con actores invitados y conferencias. Tiene una gran desventaja, y es que sólo usa Facebook como medio de información para hacerse notar con 2.475 personas que la siguen. No usan otra red social y tampoco manejan página web.

Actualmente existe el Programa Nacional de Concertación Cultural por parte del Ministerios de Cultura Nacional, que busca fomentar con apoyo económico las diversas actividades culturales del país, que sean apropiadas y aporten al desarrollo de la sociedad. Por ello a lo largo de los años se han presentado más proyectos de cine en Antioquia. La directora del Palacio de la Cultura de Medellín, Isabel Cristina Carvajal,

anunció hace poco la apertura de otros nuevos festivales para el 2018 y anuncio los que apoya actualmente en todo el departamento:

- Festival de Cine del Sur
- Festival de Cine Francés
- Festival de Cine de Castilla
- Festival de Cine del Suroeste Antioqueño
- Festival de Cine de Amalfi
- Festival de Cine Rodando En Bicicleta

Los cuales por su corta trayectoria sólo cuentan con Facebook para la difusión de sus mensajes. Estos apenas se están adentrando al mundo de los festivales. Cabe resaltar que ellos sólo existen de máximo 3 años atrás.

Diagnóstico de públicos

El Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia tiene como propósito llegarles a las personas del municipio de Santa Fe y los visitantes cinéfilos que por esos días inundan las calles del municipio patrimonio del país.

Para esta edición que tiene como tema principal el género la comedia, se quiso abarcar un público muy familiar, puesto que la risa es algo que promueve la paz y la sana convivencia. Sin embargo, muchas de las proyecciones fueron de comedias sarcásticas las cuales los niños no entenderían o se prestan para malas interpretaciones, por ello se contó con un espacio especial de cine infantil.

De acuerdo a esto, se tienen los siguientes públicos para esta edición del Festival, aquí se incluyen con los que no se tenían previstos antes:

- Santaferreños: el Festival acoge gran parte del pueblo de Santa Fe, desde sus oportunidades de empleo por esos días hasta por la participación en cada una de las actividades. Sin embargo es en las proyecciones donde más acompañamiento generan.
- Extranjeros y turistas: las personas que deambulan o pasean por esos días en el pueblo tienen la oportunidad de hacer parte de las muestras audiovisuales y conferencias.
- Empresas y emprendedores con marcas propias en el municipio: Puesto que son en gran medida, aportantes de los diferentes espacios y logísticas del Festival
- Nuevos realizadores audiovisuales y estudiantes de carreras afines: Por esa semana, hay mucha acogida por parte de estudiantes de lo audiovisual o

personajes que han entrado a este mundo con sus cortos caseros y quieren conocer cómo lograr algo grande de mano de los expertos invitados

- Invitados especiales: ellos son muy importantes para el festival, mueve masa y generan entretenimiento por parte del pueblo santafereño

- Prensa: Son los aliados del Festival que promueven interacción en la web y generan interés particular por parte del público hacia el festival, no necesariamente asistentes al mismo.

- Colectivo audiovisual: Todas las personas expertas relacionadas con la formación audiovisual, talleristas, críticos de cine, directores, camarógrafos, etc.

Por lo anterior, algunas de estas personas destinadas a participar de las actividades del Festival tendrían también que ser conocedoras o críticos de cine, por la calidad de temas que se manejaron, o interesados por el cine y la cultura.

Tabla 1. Mapa de públicos del Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia

Público interno	Público externo	Público mixto
<ul style="list-style-type: none"> • Junta Directiva • Gerente General • Coordinación General • Equipo de Comunicaciones • Coordinación Académica • Área Contable y Administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Aliados estratégicos • Instituciones educativas aliadas • Invitados especiales • Escritores invitados • Colaboradores del Crowdfunding • Asistentes al festival 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentadores de películas • Protocolo e invitados • Producción y logística • Área técnica • Ministerio de Cultura • Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia • Alcaldía de Santa Fe de Antioquia • IDEA • FIMedellín • Continental Gold

Planteamiento del problema

Si bien el equipo de comunicaciones cuenta con buenas herramientas para transmitir mensajes y ejercer buenas estrategias, no cuenta con un esquema, documento o guía como hilo conductor para el desarrollo de cada etapa del festival, tanto antes, durante y después de este.

Por tal motivo, la comunicación tanto de los miembros del equipo, como con las demás áreas se ve distorsionada o poco entendible en algunas ocasiones, convirtiéndose en el talón de Aquiles para el desarrollo de las propuestas establecidas desde una reunión general con todas las áreas del festival desde principios de año. Al no tener un documento claro que seguir, los encargados del contenido sólo se limitan a

informar lo que ellos crean conveniente, y en muchas veces a la gerencia u otras personas del equipo no gusta, no es precisa y genera inconvenientes con los usuarios seguidores de las cuentas.

El Festival de Cine tiene claro algunos de sus públicos objetivos y la relación con cada uno de ellos, de manera que entender esto será importante para medir qué aportan los mismos. En sus redes digitales, algunas veces el mensaje no siempre sale como se plantea, una de las circunstancias es el tiempo. El área de coordinación académica es la encargada de proporcionar toda la información suficiente que acontece a festival, pero se crean dificultades para mostrarla por las variaciones que tienen los invitados y actividades (Puesto que están en constante cambio). Genera entonces un corto plazo en que el área de comunicaciones debe actuar ante esta situación, para que no hayan mal entendidos con la información establecida.

Por ello se propone este plan de comunicaciones digital que permitirá cubrir la necesidad que tiene el área de comunicaciones, que sirva como guía para el desarrollo del contenido en las redes sociales de la Corporación, Facebook, Twitter e Instagram.

Planteamiento de la estrategia

Teniendo en cuenta la situación problema, identificando los públicos que se tendrán en cuenta para su desarrollo, un plan de comunicaciones digital será el eje central por el cual el área de comunicaciones tendrá una guía para el desarrollo de las publicaciones y contenidos en redes sociales, antes, durante y después del Festival.

Para la propuesta que se quiere lograr en el documento, se tendrán en cuenta 3 aspectos fundamentales con la intención de que el mensaje y contenido sea oportuno

para el público: la eficacia, precisión y ética resaltando cada intención, que sean claros y entendibles por los seguidores de las cuentas.

En esta estrategia se implementará varias tácticas que tiene como objetivo generar contenido relevante por medio de actividades a desarrollar, que van desde el cambio en algunos de las etiquetas propias de la Corporación que se aplicarán al festival, hasta la inclusión información puntual sobre las películas que se proyectarán, mostrando los alcances globales y premios que han obtenido cada una de ellas, generando mayor interés para la asistencia de cada una de las mismas.

Herramientas utilizar

Facebook

La Fan Page de esta red social se definió como la más importante, gracias a que tiene un número de seguidores mayor a 25.000. En esta siempre habrá que mencionar al Ministerio de Cultura de Antioquia propuesto desde gerencia y utilizar las siguientes etiquetas para cada una de las piezas gráficas: #FesticineAntioquia #SantaFedeAntioquia #FormacióndePúblicos.

El mensaje de las piezas debe ser claro y entretenido, ya que se tiene la comedia como temática central. De igual forma cada pieza varía según el asunto y la actividad, cuando se suba una de un invitado especial se deberá etiquetar el personaje en cuanto este tenga página.

Para lograr ser ordenados, se crearán 5 álbumes específicos y una vez publicada una pieza se editará para ser enlazada según el álbum al que pertenezca.

Dichos álbumes se llamarán:

- Invitados XVIII FesticineAnt: Las piezas que irán en este álbum corresponden a los invitados especiales, actores y talleristas.
- Muestra Especial - Comedia Colombiana FesticineAnt: En este estarán las películas de comedia
- Muestra Caja de Pandora: En este estarán los cortos correspondientes a los dos días en que serán proyectados, de los 32 seleccionados de la convocatoria
- Muestra Central XVIII FesticineAntioquia “La Comedia”: Este será el álbum más cargado, contará con las piezas de todas las proyecciones que se van a realizar durante el festival, las comedias extranjeras de las embajadas aliadas y algunas de la BBC.
- Muestra Especial de Cine Colombiano: en este contará con un documental y una película del país.

Para este festival se decidió realizar un evento en Facebook que permita que los usuarios tengan la oportunidad de darle en “Asistir” o “Me Interesa”, con el fin de que los amigos de este usuario x se den cuenta del festival. En este evento se publicarán los álbumes de las piezas gráficas y se compartirá la información relevante desde la Fan Page oficial del festival.

El cabezote se cambiará cada mes, empezando 3 meses antes con un mensaje de aproximación del festival, ejemplo: en la pieza estará el texto: “¡Estamos a 2 meses!”, generando expectativa e interés.

Se determinó la importancia de publicar temas relacionados con la temática de este año: La comedia. Se decidió por los gifs de personajes famosos en esta categoría del cine como lo son Charles Chaplin y Cantinflas. También se optó por la publicación de las listas de las mejores películas de comedia en varias categorías y artículos compartidas directamente desde el buscador de Google, como por ejemplo: Las 100 mejores películas de comedia según la BBC, las películas de comedia ganadoras del Oscar o charlas de algunos directores de cine cómico.

Una de las cosas en que se fue muy enfático fue la publicación continua de la campaña de Crowdfunding (Una plataforma virtual en que las personas mediante su aporte económico apoyan varias entidades en cultura), para que este llegue a muchas personas y con ellas recolectar dinero para cubrir algunas de las necesidades del Festival.

Para el desarrollo de esta en Facebook se realizarán varios videos cortos de máximo un minuto, para ser compartidos diariamente. Dichos corto contarán con palabras clave de los invitados de festivales de años pasados, donde invitan a apoyar la cultura, y donde se evidencie toda la información de la campaña y los pasos para contribuir a la causa. El texto del mensaje siempre tendrá que ser claro y lo más detallado posible, agregando emoticones y palabras que generen interés.

Se tiene previsto responder a todas las inquietudes por parte de los seguidores, tanto en las publicaciones como internamente por mensajes privados aplicando las normas básicas de conductas en la red.

Durante el festival se publicarán anuncios de bienvenida y agradecimientos correspondientes a los aliados y patrocinadores que hacen posible la fiesta en Santa Fe.

Son 5 días de festival desde su apertura, y anteriormente se optaba por crear un álbum por día que relataba lo acontecido en él, pero esta vez, solo se creará uno bajo el nombre de: Cubrimiento Fotográfico XVIII Festicine Antioquia. Las fotografías serán proporcionadas por el equipo de fotografía encargados. Así mismo, el equipo de video, al finalizar cada día, proporcionará la muestra audiovisual de lo vivido durante el día, donde muestre las actividades y proyecciones, que una vez cargado en YouTube, se compartirá en la Fan Page.

Las conferencias más importantes son la de los dos directores de cine invitados: Dago García y Harold Trompetero, por lo que en Facebook se hará un vídeo en directo desde las instalaciones del conversatorio.

En el marco del festival, sólo se recordarán los eventos más importantes que pronto sucederán como lo son: El conversatorio con actores, café con Harold, proyección de Caja de Pandora, etc. Se incluirá una pieza gráfica por cada uno de ellos.

Twitter

La corporación maneja esta red social con el fin de publicar contenidos aportantes en cuestión de cultura y cine, retuiteando información relevante de ciertos autores o marcas afines al mundo audiovisual. Es la única en que el usuario se llama

@FesticineAnt, por lo tanto se decidió no cambiarlo y seguir con la etiqueta: #FesticineaAnt para todas las publicaciones.

El Ministerio de Cultura de Antioquia sólo maneja esta red social, por lo que las menciones en todas las piezas del festival incluirán su usuario: @MinCultura en apoyo al festival, siendo uno de los más importantes términos y condiciones a tener en cuenta antes y durante el festival.

Las etiquetas serán de gran importancia, dado que es una aplicación que limita las letras que se pueden copiar. Sólo se dirá la información importante a cada pieza gráfica en una frase corta o palabras claves de la película o la actividad seguido de varias etiquetas propias de los eventos en el festival:

- #FesticineAntioquia
- #LaComedia
- #SantaFedeAntioquia
- #SeminarioAcadémico
- #MuestraCentral
- Invitados, ejemplo: #JulioCésarHerrera, #DagoGarcía.

En cada una de las publicaciones se harán las debidas menciones correspondientes a cada personaje o entidad, con la esperanza de que estos personajes públicos compartan en sus perfiles y más personas conozcan el festival.

Igual que en Facebook se compartirá la campaña de Crowdfunding, pero esta vez desde el enlace directo del video de YouTube, las veces que sea necesaria para abarcar más gente.

El cabezote también será cambiado una vez el festival esté más cerca y se genera más expectativa, esto será 3 meses antes.

Durante el festival se tomarán las fotografías de los invitados especiales con el pendón de fondo una vez vayan pisando la tierra santafereña. Se copiará una breve bienvenida al festival y se mencionará a cada uno de ellas en la etiqueta.

También, de las actividades en que participe el encargado de las redes sociales, será este mismo el que tomará fotos en vivo de lo que está sucediendo y las publicará seguido de frases dichas por los panelistas e invitados, como muestra de lo que se vive en cada una de ellas.

Instagram

Esta red social, al ser una que se limita a sólo publicar fotografías, sólo contará con las piezas gráficas antes del festival, con la información detallada de cada una de ellas y poniendo de pie de página, después de cada comentario: Evento apoyado por el Ministerio de Cultura – Programa Nacional de Concertación Cultural y luego las etiquetas correspondientes: #FesticineAntioquia #SantaFedeAntioquia #FormacióndePúblicos #LaComedia

Para no saturar la red con muchas fotos, se optó por crear una pieza con listas de películas y aplicar una de las herramientas que nos propone la misma, subir varias fotos en una sola publicación. Y que al deslizarlas se puedan ver cuáles son con las que el festival contará en esta edición.

En el marco del festival se tendrá como apoyo las tácticas desarrolladas en Facebook, subir las piezas de las actividades que se aproximan y que sean más

relevantes y subir las fotos de lo acontecido durante el día, tratando de que en esta sean las proporcionadas por los fotógrafos profesionales.

Plan de acción

Primero se debe conocer las actividades que se incluirán en el XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, y que por ende se van a publicar en redes, con el fin de saber cómo actuar y que presentar a la hora de afrontar las diferentes variables.

Las actividades son:

- Inauguración
- Conferencias: Seminario académico: serán 9 en total, a cargo de cada uno de los invitados especiales al festival entre actores colombianos y directores de cine.
- Proyección de películas: serán más de 50 proyecciones durante los 5 días del festival, en este se incluye la muestra central, el cine colombiano y la muestra infantil.
- Tómate un café con Harold Trompetero: es una actividad creada para que las personas del común conversen con este director mientras se toman un café
- Taller de talentos cinematográficos: A cargo de una especialista en el área de lo audiovisual, está dirigido a los 32 seleccionados de la convocatoria de Caja de Pandora, se dictará el taller los días viernes y sábado.
- Premiación Antioquia para Verte Mejor: en alianza con Comfenalco, se realizará un evento que esta misma entidad organiza

- Caja de Pandora: Serán las proyecciones del trabajo de 32 nuevos realizadores, seleccionados de la convocatoria. La proyección se hará en el parque principal del municipio.
- Encuentro con actores: 3 actores invitados estarán conversando con las personas y respondiendo inquietudes, así como relatando experiencias vividas como actores colombianos de cine.
- Clausura

Teniendo en cuenta las actividades con las que va a contar el festival en diciembre se plantea que para el desarrollo de la estrategia en cuanto a lo digital se empleen las 3 redes sociales del Festival de Cine, Instagram, Twitter y Facebook, como canales de transmisión de información acerca de las actividades que se desarrollarán en el marco del festival en el mes de diciembre.

Desde los recursos tecnológicos se cuenta con un celular propio del área encargado dotado con los datos ilimitados para hacer publicaciones en todo momento y generar interacción y respuestas oportunas a las interrogantes de los usuarios seguidores de las redes. Este equipo de comunicación tiene descargadas las 3 apps señaladas anteriormente: Instagram, Facebook y Twitter, además cuenta con WhatsApp en caso de que cierta información haya que modificarla y no se tuvo en cuenta desde el cronograma, puesto que a pesar de que se tiene una guía para el desarrollo, todo puede variar, desde los invitados hasta las proyecciones.

En una reunión en conjunto con gerencia y el área de comunicaciones propiamente, se destinó la primera semana de septiembre para empezar con las publicaciones de expectativa del festival. Para ello, la diseñadora encargada, pasa a

manos del practicante las plantillas editables que se van a utilizar en cada una de las siguientes categorías:

- Seminario académico
- Taller de talentos cinematográficos
- Muestra especial comedia colombiana
- Muestra caja de pandora
- Muestra central
- Muestra especial cine colombiano

Una vez en manos del encargado, dichas plantillas son editadas con la información e imágenes correspondientes a cada pieza, gracias a un catálogo informativo de todo lo que acontece al festival compartido desde Google Drive y que todos los del equipo tienen acceso.

Conjunto a esto, con ayuda de la comunicadora a cargo se planteó el diseño de un cronograma específico desde el mes de septiembre hasta el 10 de diciembre del año 2017, que reúna los días y horas de publicación de cada pieza gráfica en cada red social pertinente, señalando en cuales debería ir una mención específica de empresas patrocinadores o personajes invitados.

Antes del festival

Táctica 1, Incluir los Hashtags #SantaFedeAntioquia #FormacióndePúblicos y #FesticineAntioquia en todas las publicaciones de Facebook, Twitter e Instagram, Reemplazando el anterior: #FesticineAnt

Táctica 2, agregar la frase: “Evento apoyado por el Ministerio de Cultura – Programa Nacional de Concertación Cultural”, como acuerdo con el Ministerio de Cultura de Antioquia

Táctica 2, Generar contenidos de interés general de temática comedia para Facebook, aplicando emoticones y frases célebres de grandes actores de humor de todos los tiempos que generen reacciones e interacción con la página.

Táctica 4, Realizar la campaña de recolección de fondos mediante Crowdfunding y publicándose en las 3 redes sociales. Utilizando YouTube como plataforma para subir los videos de festivales de años pasados invitando a que hagan parte del de este año

Táctica 5, Seguir el cronograma de piezas gráficas, donde se registra toda la información y ficha técnica de las películas, actividades e invitados que harán parte del festival. En él se muestran fechas y horas de publicación.

Táctica 6, Publicar en Twitter y Facebook las noticias relevantes del FreePress que se van dando a medida que se va llegando el festival.

Táctica 7, Los Gifs serán una forma de dar nueva imagen a la temática de comedia de este año, con imágenes en movimiento de Charles Chaplin y el mexicano.

Táctica 8, Las listas de las mejores películas de comedia también serán de gran ayuda para entrar el contexto de la temática de este año.

Táctica 9, Las convocatorias y actividades tendrán mención de cada uno de los patrocinadores (en caso de que sean patrocinados por alguna entidad) o aliados en cada una de las redes sociales (en cuanto dichas entidades dispongan de ellas)

Durante el festival

Táctica 1, Las fotografías en vivo de las actividades en desarrollo durante el marco del festival serán apoyo para la difusión de contenido en las 3 redes sociales con las etiquetas básicas de #SantaFedeAntioquia #FesticineAntioquia #LaComedia. Esto incluye el seminario académico, taller de Caja de Pandora, conferencias con invitados especiales y proyecciones de películas.

Táctica 2, Con apoyo del equipo audiovisual, cada día se subirá a YouTube un video que refleja lo vivido durante el día del festival, el cual será replicado en Twitter y Facebook.

Táctica 3, Los videos con los mensajes de los invitados especiales y conferencistas jugarán un papel importante en redes, que motivarán a las personas para asistir al mismo

Táctica 4, En Santa Fe de Antioquia hay gran participación por parte de los negocios locales, sean restaurantes, entidades públicas, museos, etc., a ellos se les hará la debida mención según vayan aportando en el desarrollo de las actividades.

Táctica 5, El cronograma de piezas gráficas está establecido hasta el último día del festival, por ello se deberá seguir subiendo en base a ello.

Después del festival

Táctica 1, Por orden de gerencia, solo se harán dos álbumes con las mejores fotografías del festival, añadiendo de pie de página los más grandes agradecimientos a todas las personas por el compromiso y para que este fuera todo una realidad. Este solo aplica para Facebook e Instagram

Metodología

Este trabajo se desarrolla a partir de un enfoque cualitativo, con el fin de aprovechar los aportes brindados desde este aspecto, que permitiera la recolección de datos mediante el rastreo específico de otros festivales a nivel nacional, con el fin de describirla y analizarla.

Para el desarrollo del plan de comunicaciones digital la observación fue de suma importancia como técnica para determinar y analizar los contenidos pertinentes al festival y a otros que se enmarquen en la formación de públicos y generar cultura audiovisual, con el propósito de recolectar la información necesaria para generar un contenido acorde al público y el conocimiento de este con respecto al cine.

Se recolectó la información concerniente al Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia desde diferentes perspectivas, teniendo en cuenta las opiniones del grupo organizador, para así lograr caracterizar las necesidades de los asistentes al festival. Mediante reuniones previas al festival, donde se iban viendo los logros obtenidos a partir de la estrategia establecida inicialmente, junto con los demás miembros del equipo.

Con el fin de reclutar los resultados apropiados para la metodología, y determinar así las necesidades del público, se realizó una comparación y rastreo de redes sociales pertenecientes a otros festivales de cine del país, así como su análisis total de lo que son cada uno de ellos y su aporte en materia cultural.

Dichos festivales arrojaron que tienen similitud de contenidos y actividades parecidas a las del Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, y que en muchas, empezando por el

FICCI quien es el festival de cine más importante de América Latina, no tiene como fuerte las redes sociales para promocionar el evento, por lo que su impacto y acogida por parte de los asistentes se da precisamente por medios convencionales, radio, televisión y prensa.

Las actividades que ellos realizan varían desde conferencias y espacios dedicados al cine, como proyecciones y espacios de premiación a cinéfilos principiantes, con la finalidad de que en todo momento los asistentes participen de estos espacios. Festicine Antioquia acoge en su evento cierta parte de actividades que maneja también el FICCI, acoplándose al municipio de Santa Fe de Antioquia en torno a la temática que corresponda, como por ejemplo, el seminario académico con panelistas y actores invitados, proyecciones de cine local e internacional, convocatorias y concursos, premiaciones y conversatorios.

Así mismo, uno de los mayores aportantes a la hora de brindar información serían las redes sociales para otros festivales, que como Festicine Antioquia, no cuentan con los fondos suficientes para hacer cubrimiento y promocionarse en medios masivos de comunicación. En el país existen diversos festivales que apenas llevan unos cuantos años en el mercado, y que por ende su trayectoria no los hace ver como de gran importancia, por lo que sus comunicadores deben recurrir a estas herramientas digitales gratuitas y gestionarse un buen plan de promoción de la marca para lograr reputación y participación masiva de asistentes.

Se determinó que son estos pequeños festivales los que hacen el uso de todas estas herramientas digitales para el total cubrimiento de sus eventos.

En una de esas primeras reuniones se determinó la importancia de tener una guía que sirviera de apoyo para el cubrimiento de piezas gráficas en las 3 redes sociales del festival, que permitiera dejar claro la fecha, el contenido y las etiquetas correspondientes con las que debían ser publicadas.

Se concluyó crear un plan de comunicaciones digital que permitiera afrontar esa necesidad del área encargada por crear un orden para las publicaciones que se iban a subir en redes sociales, como garantía para no cometer errores masivos, puesto que fuera de este festival, los comunicadores eran encargados también de aportar la información y generar contenido sobre los cine clubs y otros proyectos propios de la Corporación.

Para lograr lo anterior, junto con la comunicadora encargada se optó por crear un cronograma de actividades con las publicaciones diarias que iban enmarcando el evento como tal, con las piezas gráficas editadas por el practicante que oportunamente proporcionó la diseñadora a cargo de ellas.

Desarrollo de la estrategia

Bajo la temática de la comedia y guiados por el calendario de publicaciones se desarrollaron las siguientes publicaciones y contenidos en redes sociales

Tabla 2. Calendario de Publicaciones

FECHA	PIEZA GRÁFICA	INSTAGRAM	FACEBOOK	TWITTER	ETIQUETAS	COMENTARIOS	MENCIONES
sep-05	Pieza gráfica de expectativa: faltan tres meses	ya nos estamos preparando para la XVIII edición del Festival de cine de Santa Fe de Antioquia "La Comedia"	Empiezan las preparaciones para la edición XVIII del Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia.	Estamos a 3 meses del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
oct-04	Pieza gráfica de expectativa: faltan 2 meses	se acerca cada vez más la XVIII versión del Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Nos estamos acercando cada vez más al festival de Cine de Santa Fe de Antioquia en diciembre	Estamos a 2 meses del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura

oct-26	Invitado especial: Dago García	Dago García, uno de los productores de cine colombiano con mayor trayectoria en el género de la comedia, estará presente en el seminario académico del XVIII festival de cine de Santa Fe de Antioquia "la Comedia"	El productor de cine colombiano Dago García Producciones nos acompañará en el seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @DagoGarcía hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Dago García producciones
oct-27	Película: No Sos Vos, Soy Yo	La película argentina "No Sos Vos, Soy Yo" será parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Esta comedia argentina hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia#La Comedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Juan Taratuto

oct-28	Invitado especial: Harold Trompetero	Harold Trompetero será uno de nuestros conferencistas invitados en el seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia.	Harold Trompetero, director colombiano con gran trayectoria en el cine será uno de nuestros invitados al seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @Trompetero hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Harold Trompetero
oct-30	Invitado especial: Fernando Ayllón	Fernando Ayllón nos acompañará en el seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Fernando Ayllón estará dictando su conferencia en el seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @FernandoAyllon hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Fernando Ayllón
nov-2	Invitada especial: Luz Estrada	Luz Estrada, actriz colombiana invitada a a participar del seminario académico de Festicine Antioquia	La actriz invitada Luz Estrada estará dictando su conferencia que hará parte del seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @LuzEstradaActriz hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Luz Estrada actriz

Nov-3	Taller de Talentos Cinematográficos con Ivette	La productora de cine Ivette Liang será la encargada de dictar el taller de Talentos Cinematográficos a los 30 seleccionados de la convocatoria Caja de Pandora	Ivette Liang, es a productora de cine encargada de dictar el taller de Talentos Cinematográficos a los 30 seleccionados de la convocatoria Caja de Pandora del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @IvetteLiang será la encargada del #TallerdeTalentos con los seleccionados de #CajadePandora del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Ivette Liang
Nov-4	Invitado especial: Antonio Sanint	Antonio Sanint, actor colombiano nos acompañará en el seminario académico del festival	Antonio Sanint será uno de nuestros invitados especiales del seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @AntonioSANint hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Antonio Sanint Actor

Nov-5	Películas: Dr. Insólito - El chico	Estas cintas hacen parte de la lista de las mejores comedias según la BBC, serán proyectadas en los diferentes espacios del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Estas cintas hacen parte de la lista de las mejores comedias según la BBC, serán y proyectadas en los diferentes espacios del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por orden de Egeda	MinCultura
Nov-6	Invitado especial: Julio César Herrera	Julio César Herrera, actor colombiano famoso por su participación en "Betty la Fea" será parte del seminario académico de Festicine Ant	Julio César Herrera será uno de nuestros invitados especiales al seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @JulioCHerrera hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Julio César Herrera

Nov-7	Película: Juntos para siempre	Esta Comedia argentina nos acompañará en la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Estas película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia#La Comedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
Nov-8	Película: Vino para robar	Esta será otra de las comedias argentinas que serán proyectadas en el marco de la edición XVIII del festival	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
Nov-9	Películas: La vida de Brian - Sopa de ganso	Estas son unas comedias de los años 90s que estarán en las actividades del festival en diciembre	Estas cintas hacen parte de la lista de las mejores comedias según la BBC, serán y proyectadas en los diferentes espacios del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos estas películas hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia#La Comedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por orden de Egeda	MinCultura, Comfenalco Antioquia

Nov-10	Invitado especial: Jimmy Vásquez	Jimmy Vásquez, será uno de los conferencistas invitados al seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Jimmy Vásquez, actor colombiano de comedia, será uno de nuestros invitados especiales al seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @JimmyVasquezActor hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Jimmy Vásquez actor
Nov-11	Películas: Annie Hall - Atrapado en el Tiempo	Una película ganadora del Óscar en el género de la comedia será parte de la proyección de la muestra central de Festicine Antioquia	Estas cintas hacen parte de la lista de las mejores comedias según la BBC, serán y proyectadas en los diferentes espacios del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos estas películas hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia#LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por orden de Egeda	MinCultura, Comfenalco Antioquia
Nov-12	Película: Ask The Sexpert	Esta comedia se une al listado de proyecciones de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura

Nov-13	Invitado especial: Camilo Porras	Camilo Porras, maquillador artístico de gran trayectoria estará en Festicine Antioquia con una conferencia basada en el maquillaje como un factor importante para la comedia	Juan Camilo Porras, maquillador artístico enfocado en la comedia, será uno de nuestros invitados especiales al seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos Camilo Porras, maquillador artístico hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAntioquia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Juan Camilo Porras
Nov-14	Programación de actividades de Festicine	Cinéfilos: ya se encuentra disponible toda la programación con las actividades del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (LINK)	Cinéfilos, los invitamos a conocer toda la programación oficial del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia(Evento) seguido de: (Link de la Programación)	Conoce todas las actividades programadas para la edición XVIII de #FesticineAntioquia (LINK)	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura

Nov-15	Película: Tres	Una comedia alemana será parte de las proyecciones del festival	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
Nov-16	Película: Almanya - Bienvenidos a Alemania	Siguiendo con el listado de comedias alemanas, presentamos esta que ganó el premio a mejor película y mejor guión en su país	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
Nov-17	Película: De Rolling por Colombia	Harold Trompetero, uno de los invitados al festival, es el director de esta comedia colombiana programada para la edición XVIII del festival	Esta película hará parte de la muestra especial de comedia colombiana del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película colombiana hará parte de la #MuestraEspecial del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Harold Trompetero

Nov-18	Película: Pa'Por Mis Hijos lo que Sea	Julio César Herrera protagoniza esta comedia basada en todo lo que es capaz de hacer un buen padre con tal de ver feliz a sus hijos	Esta película hará parte de la muestra especial de comedia colombiana del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película colombiana hará parte de la #MuestraEspecial del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublic os	Publicada	MinCultura, Julio César Herrera
Nov-19	Película: Carta al Niño Dios	un padre ejemplar, es capaz de hacer cualquier cosa por complacer los deseos de su hijo en navidad. Una comedia colombiana que hará parte de la muestra especial	Esta película hará parte de la muestra especial de comedia colombiana del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película colombiana hará parte de la #MuestraEspecial del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublic os	Publicada	MinCultura, Dago García producciones, Antonio Sanint

Nov-20	Película: Un Indio en la Ciudad	Esta cinta relata la búsqueda de la inclusión en la sociedad de un indio amazónico proveniente de Brasil, estará presente en la muestra central del festival	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublic os	Publicada	MinCultura
Nov-21	Películas: This is Spinal Tap - Una Eva y Dos Adanes	Estas dos cintas también hacen parte del listado de las mejores comedias según la BBC, nos acompañarán en diferentes espacios durante el festival	Estas cintas hacen parte de la lista de las mejores comedias según la BBC, serán y proyectadas en los diferentes espacios del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos estas películas harán parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublic os	Eliminada por orden de Egeda	MinCultura, Comfenalco Antioquia

Nov-22	Invitado especial: Frank Martínez	El comediante Frank el Flaco Martínez nos pondrá a reír a carcajadas con su conferencia que hace parte del seminario académico del festival	El talentoso comediante colombiano, Frank el Flaco Martínez, estará con nosotros en el seminario académico del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos @FrankelFlaco , comediante colombiano hará parte del #SeminarioAcadémico del XVIII #FesticineAnt	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Frank "el flaco" Martinez
Nov-23	Películas: Estómago - Polaroides Urbanas	Una de las películas brasileñas más exitosas del país hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura

Nov-24	Película: Casamiento de Romeo y Julieta	Inspirada en la famosa obra de Shakesperae, El XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia contará con esta comedia brasileña como parte de la muestra central	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
Nov-25	Película: ¿Y dónde está el piloto? - el maquinista	Estas divertidas comedias de los años 70s a blanco y negro nos acompañarán en la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Estas cintas hacen parte de la lista de las mejores comedias según la BBC, serán y proyectadas en los diferentes espacios del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos estas películas harán parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por orden de Egeda	MinCultura, Comfenalco Antioquia

Nov-26	Pieza gráfica de la muestra infantil	Presentamos las proyecciones de la muestra especial de cine infantil que tendremos en la edición XVIII del Festival de Cine	Te presentamos las 3 películas que serán incluidas en el XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento) como parte de la muestra especial infantil	#Cinéfilos estas son las películas harán parte de la #MuestraInfantil del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura
Nov-27	Documental: El fin de la Guerra	Este es el primer documental que tendremos en el festival, relata los sucesos de la guerra que ha vivido Colombia por tanto tiempo	Este documental hará parte de la muestra especial del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos este hace parte de la #MuestraDocumental del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por corrección de logos	MinCultura, Ambulante Colombia

Nov-28	Documental: Jericó, el infinito vuelo de los días	Jericó es el escenario donde se desarrolla este documental colombiano dirigido por Catalina Mesa, que será exhibida en el XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Este documental hará parte de la muestra especial del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos este hace parte de la #MuestraDocumental del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por corrección de logos	MinCultura, Ambulante Colombia, Catalina Mesa
Nov-29	Muestra especial de cortos colombianos	Cómo parte de acompañamiento de los invitados especiales, Viña Sicilia no ofrece un tour por sus instalaciones en el marco del festival	Viña Sicilia, el viñedo más grande del oriente antioqueño, nos compartirá una tarde agradable al lado de nuestros invitados especiales en el marco del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos los invitados tendrán la oportunidad de conocer #ViñaSicilia #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por ser un evento privado	MinCultura, Viña Sicilia

Nov-30	Inauguración	Cinéfilos: este miércoles 6 de diciembre daremos inicio al XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, con muchas actividades relacionadas en torno a lo audiovisual	Cinéfilos: la espera ha terminado, participa del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia desde este miércoles, con actividades encaminadas en torno a lo audiovisual	#Cinéfilos los invitados tendrán la oportunidad de conocer #ViñaSicilia #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Alcaldía Santa Fe de Antioquia
dic-01	Película: Talento Millonario	En el XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia contaremos con esta cinta como parte de la muestra especial de cine colombiano	Esta película hará parte de la muestra especial de comedia colombiana del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película colombiana hará parte de la #MuestraEspecial del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Edison Valencia

dic-02	Pieza gráfica de la proyección de Caja de Pandora	Conoce los seleccionados de la convocatoria de Caja de Pandora que participarán con sus cortos en el XVIII Festival de Santa Fe de Antioquia	Estos son los seleccionados de la convocatoria de Caja de Pandora 2017 que participarán con sus cortos en el XVIII Festival de Santa Fe de Antioquia desde el parque principal	#Cinéfilos estos son los cortos de los seleccionados de #CajadePandora que se exhibirán en #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Publicada	MinCultura, Ivette Liang
dic-03	Película: Amarte Así	Esta será la última película colombiana que hará parte de la muestra central de cine colombiano del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia	Esta película hará parte de la muestra central del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia (Evento)	#Cinéfilos esta película hará parte de la #MuestraCentral del XVIII #FesticineAntioquia #LaComedia	#FesticineAntioquia #SantafedeAntioquia #lacomedia #MinisteriodeCultura #udiovisual #Formaciondepublicos	Eliminada por derechos de autor	MinCultura

Facebook

Con un tono informativo, usando emoticones que aporten a la situación y generando interés del público se lograron 185 publicaciones desde el viernes 1 de septiembre de 2017 hasta el 11 de diciembre de 2017. Las publicaciones variaron desde piezas gráficas, contenidos de género comedia, cubrimiento durante el festival, campañas y concursos.

En cada una de las publicaciones se tuvo en cuenta las etiquetas propias del festival, los de la edición actual y los que vayan complementando la información para cada una de ellas.

En las publicaciones se decidió incluir el evento de Facebook, para que los usuarios pudieran tener un enlace que los conectara directamente y pudieran decidir su asistencia, ayudando en cifras a evaluar la participación.

Para mostrar y ayudar a captar mejor el desarrollo de lo planteado, se acuden a las imágenes gráficas que son capturas de las redes sociales tomadas una vez finalizado el evento, como apoyo audiovisual para la realización de este documento. En cada una de ellas se podrá observar lo realizado en las diferentes redes sociales y el aporte que hicieron.

En la siguiente imagen se muestra, tal y como se tenía previsto, el evento público que se realizó en Facebook que pudiera medir el alcance de participantes y posibles participantes del festival. Este evento fue mencionado en todas las piezas gráficas correspondientes a la edición XVIII del festival.



Ilustración 5, inclusión del evento en Facebook

La primera semana de noviembre cerraban la lista de películas con un total de 25 que serían proyectadas en varias ocasiones y lugares durante el festival, 10 de ellas correspondían a un proveedor cuyo canje fue proporcionar el material pero sin integrar ninguna imagen de la película en las piezas gráficas, situación que puso en apuros al área de comunicaciones puesto que las 10 ya estaban hechas con imágenes y debidamente publicadas; para lo cual hubo que eliminarlas y publicarlas de nuevo sin imagen alguna.

En la siguiente imagen se puede apreciar el álbum que fue creado para suplir este contratiempo, publicando las 10 piezas en una sola publicación por falta de tiempo para haberlas hecho de una en una.



Ilustración 6, Lista de películas publicadas

Uno de los mayores imprevistos fue la inclusión de logos corporativos en algunas de las piezas, que desde un principio nunca se contó con que ellos debían salir en ciertas publicaciones. Por lo que, al momento de ser publicadas, las empresas no encontraron sus logos ni participación por ninguna parte, por lo que hubo que eliminarla de inmediato y crear una nueva con los logos pertinentes como se muestra a continuación. Es la pieza de inauguración del Festival, con los logos del Ministerio de Cultura y el Instituto y Patrimonio de Antioquia.



Ilustración 7, Piezas con logotipos

Los gifs se publicaron como se mencionó en el planteamiento de la estrategia, y tal cual, proporcionó interacción y risas entre los usuarios. No hubo espacios muertos antes del festival, se logró contenido apropiado y coherente con la temática a horas precisas. En la siguiente captura se aprecia un gif de los humoristas más memorables de todos los tiempos y el cual sirvió de inspiración para la temática del evento, Charles Chaplin.

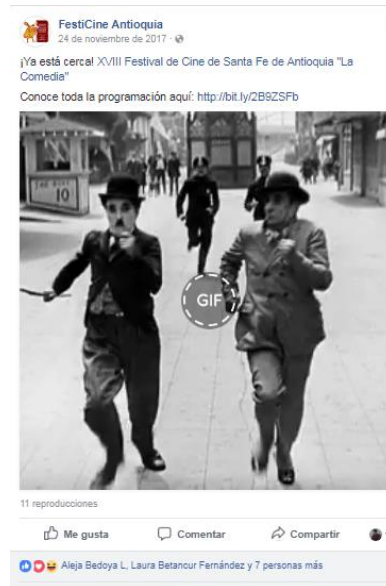


Ilustración 8, Publicación de gifs

Hubo muchas publicaciones de la campaña de Crowdfunding, animando a apoyar económicamente la nueva edición del festival. En cada publicación se incluyó la etiqueta del personaje mostrado en el vídeo, así como el enlace a la plataforma virtual para generar el aporte correspondiente.



Ilustración 9, Publicación de Crowdfunding

Los invitados especiales tuvieron gran acogida antes del festival con las publicaciones de piezas gráficas de expectativa, fueron ellos los encargados de compartir esta misma información desde la página en sus propios perfiles y con ello llegar a un gran número de personas, uno de ellos fue el comediante Frank Martínez quién gracias a su apoyo, compartió la pieza en su perfil y se logró mayor número de likes y de compartidos.



Ilustración 10, Publicación de invitados especiales

Se compartió el vídeo de las actividades del día con ayuda del equipo encargado de entregar el material para subirlo a YouTube. No se subió el mismo día por cuestiones de baja señal de internet y lentitud a la hora de la carga, entonces se subían al otro. Con estos vídeos se logró un mayor interés por parte de los usuarios, gracias a las emociones que generaba este material audiovisual.

En esta publicación se incluían las etiquetas correspondientes y las menciones de los realizadores del material.



Ilustración 11, Publicación de experiencia diaria

Unas de las publicaciones que se decidieron incluir fueron las entrevistas a los visitantes del pueblo, o personajes que daban de qué hablar durante el festival, mostrando el interés de la corporación hacia las personas del común. En la siguiente imagen se muestra la entrevista que se hizo a un coreano visitante del festival y una particular banda de música brasileña que acompañó las salidas de los auditorios de las diferentes actividades.



Ilustración 12, Personajes que vivieron el festival

Como se planteó en la estrategia se crearon los álbumes correspondientes para todas las piezas gráficas y fotografías del festival, desde septiembre hasta el 11 de diciembre de 2017. Uno de los mayores retos fue enlazar estas fotos a cada uno de su correspondiente álbum, puesto que en muchas ocasiones había que subirla incluso varias veces para que la foto quedara en el álbum que es.

como se muestra a continuación, antes del festival se crearon los 5 álbumes que se acordaron en el planteamiento de la estrategia, y luego, se crearon otros 3 durante el festival, cada uno con su correspondiente nombre.

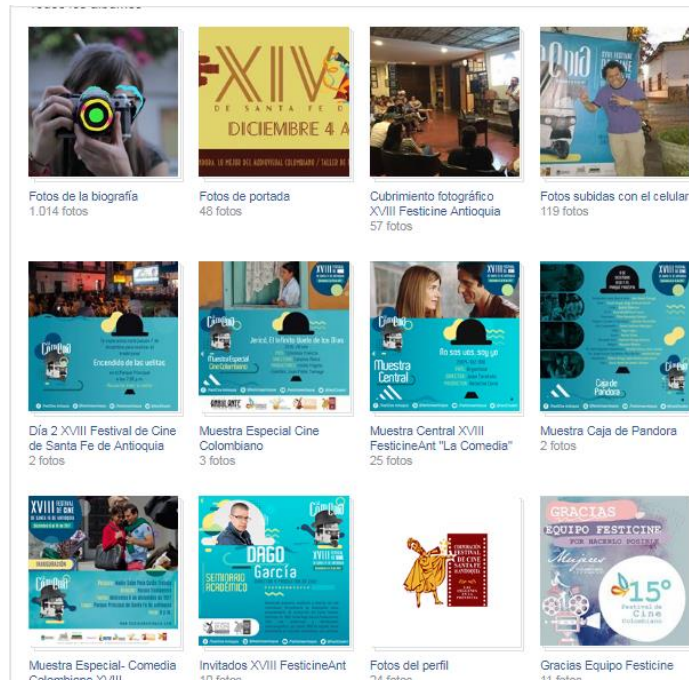


Ilustración 13, Álbumes fotográficos

Durante el festival se iban publicando varias piezas informativas de las actividades más relevantes que estaban a punto de cumplirse. un ejemplo de ello es la siguiente pieza de uno de los eventos más esperados del festival, el encuentro con actores, en que participaron Jimmy Vásquez, Luz Estrada y Julio César Herrera, quienes fueron debidamente mencionados en la publicación seguida de las etiquetas correspondientes al evento.



Ilustración 14, Publicaciones más relevantes

Se hizo la debida mención de las conferencias en vivo, así como el video en directo de las conferencias de Dago García y Harold Trompetero. En esta imagen por ejemplo, se muestra la entrega del galardón al productor de cine Dago García por su participación en el festival y el aporte al cine colombiano de la mano de la gerente general de la Corporación, después de haber dictado su conferencia como parte del seminario académico.



Ilustración 15, Conferencias en vivo

Ajeno al planteamiento inicial se desarrolló un concurso que ofrecía 4 cupos más para el taller de talentos junto con los seleccionados de Caja de Pandora. Los participantes solo debían compartir el video promocional del festival en su cuenta de Facebook personal, y de ahí se sortearon los cupos. Se optó por realizar la siguiente pieza gráfica y resaltar la tallerista encargada Ivette Liang.



Ilustración 16, Concurso taller de talentos

Al finalizar se cumplió con la meta propuesta y planteada, se publicaron los respectivos agradecimientos a todos los que hicieron posible el festival. Como ejemplo de ello se muestran las siguientes fotografías publicadas al culminar todo el evento, seguido de etiquetas de agradecimiento y deseando felices fiestas navideñas.



Ilustración 17, Agradecimientos finales

Twitter

En esta red social se publicaron todas las piezas pertinentes antes del festival, con las etiquetas claras y menciones de aliados estratégicos de la corporación. El Ministerio de Cultura de Antioquia es el más importante para ser mencionado, más aún porque ellos solo usan Twitter.



Ilustración 18, Menciones de MinCultura

Se tuvo en cuenta relatar alguna información clave sobre la película para generar interés y no aburrimiento, de manera que todas las publicaciones no fueran muy planas. Todo esto seguido de las etiquetas de la corporación.



Ilustración 19, Publicaciones pre festival

La campaña de Crowdfunding también jugó un papel importante en Twitter, hubo publicaciones masivas acerca de esta plataforma de ayuda y apoyo al festival.



Ilustración 20, Publicación Crowdfunding en Twitter

La interacción de los usuarios tanto antes como durante el festival hizo que las redes se vieran llenas de seguidores. Las empresas y los invitados interactuaron en Twitter con el festival, por lo que se retuiteo cada publicación por parte de otras personas afines al tema.



Ilustración 21, interacción con usuarios

Se definió una breve bienvenida a cada uno de los invitados especiales como se plasmó en la estrategia inicial.



Ilustración 22, Recibimiento de invitados

En el marco del festival se nombraron algunos sucesos que iban aconteciendo y que se creía importantes para ser publicadas por este medio.



Ilustración 23, Menciones especiales

Se hizo el debido cubrimiento en directo de las actividades durante cada día.



Ilustración 24, Cubrimiento en directo

También se compartían directo de YouTube, el video diario de lo vivido durante cada día del festival.



Ilustración 25, Cubrimiento en directo

El único problema que hubo con esta red es que el día 11 de diciembre, al momento de subir las mejores fotografías de todo el festival con los respectivos agradecimientos, por motivos ajenos al equipo de trabajo, la herramienta no funcionaba, estaba caída y no se pudo cumplir con el propósito final.

Instagram

Inicialmente se propuso que para este medio habría un parecido con las otras dos, con el fin de que en todas quedara la misma información pero dicha en diferentes términos. Sin embargo, con Instagram se tuvo grandes inconvenientes a la hora de las publicaciones antes del festival y durante el.

Una de las grandes problemáticas fue exportar las piezas desde la herramienta Illustrator de diseño, las cuales debían ser con los colores iguales y

representativos de toda la edición del festival, que para Instagram aparecían con un color totalmente diferente al de Twitter y Facebook.

La diseñadora encargada de proporcionar las plantillas envió en varias ocasiones una nueva, pero por motivos propios de la App no daban, y esto hizo que se retrasaran las publicaciones en esta red casi hasta finales de octubre.

Pero aun así se lograron publicar muchas de las piezas sobre películas con las etiquetas e información correspondientes.



Ilustración 26, Publicación en Instagram 1

En el momento en el que el encargado de las redes se vio corto para subir la información se decidió implementar varias películas o información en una sola pieza.



Ilustración 27, Publicación en Instagram 2

Con el fin de no saturar Instagram de fotografías, y viendo que se estaba corto de tiempo porque el festival ya estaba encima, y que había piezas que no estaban publicadas se recurrió a la herramienta de subir hasta 10 fotos en una sola publicación.



Ilustración 28, Publicación en Instagram 3



Ilustración 29, Publicación en Instagram 4

Y los problemas con esta red no se hicieron esperar durante el mismo festival, gracias a la mala señal del internet casi no se pudo cumplir con las expectativas propuestas. Las publicaciones fueron tardías y no cumplieron los objetivos. Hubo gran dificultades para buscar y encontrar a los personajes y entidades para las menciones de forma oportuna. Sin embargo se mostraron claras y con la verdadera información.



Ilustración 30, Publicación en Instagram 5



Ilustración 31, Publicación en Instagram 6

Al final se decidió improvisar un poco y aplicar algunas frases o acontecimientos dados y aplicados durante el festival para no dejar muy vacía la red.



Ilustración 32, Publicación en Instagram 7



Ilustración 33, Publicación en Instagram 8

Al final, después del 11 de diciembre, cuando ya culminó todo se hizo una selección de las mejores imágenes y se hizo un respectivo agradecimiento por ello.



Ilustración 34, Publicación en Instagram 9



Ilustración 35, Publicación en Instagram 10

Resultados

Apoyados en el desarrollo y la aplicación de la estrategia, la Corporación Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia contó con un esquema detallado de actividades realizadas en redes sociales para el Festival de Cine del municipio en su XVIII edición.

Haber contado con un cronograma de publicaciones para cada una de las redes sociales manejadas en la corporación arrojó unos resultados ejemplares y esperados por el equipo de comunicaciones, tanto internos como externos, muchos de ellos apoyados por la temática con la que se hizo realidad el festival.

La comedia sin duda alguna es un género que promueve emociones y de las cuales derivan muchas expresiones para los usuarios, facilitando la interacción en los medios y la divulgación del mensaje que se quiso plantear desde el principio.

Facebook fue la plataforma virtual que más interacción tuvo con los seguidores, la que más aportó, la más fácil e inmediata, es la que manejó mayor potencial en cifras y generó contenido tanto antes, como durante y después del evento. Por lo tanto se puede decir que en esta se logró un gran alcance y se cumplieron los objetivos propuestos.

Una de las grandes falencias dentro del desarrollo fue la velocidad del internet, fue un aspecto que no se tuvo en cuenta desde el principio. En los municipios alejados de la ciudad madre, suele no ser tan buena la señal de

internet, por lo que fue muy complicado subir contenido desde el celular para Twitter e Instagram.

Twitter, aunque cuenta con muchos seguidores, no generó mucha interacción con ellos, sin embargo se logró lo planteado y tuvo la ventaja de que muchas personas lo conocieran gracias a que los invitados o asistentes retuiteaban los comentarios propios del festival, haciendo que la red subiera de seguidores durante la semana del evento.

Instagram se convirtió en el mayor de los problemas desde el momento de hacer las publicaciones pre festival, por motivo de las piezas gráficas con los colores y la calidad que no corresponden, sin embargo, se logró casi que un poco más de la mitad de lo propuesto, atendiendo las problemáticas a tiempo y como deben de ser para evitar malas informaciones y que no fueran creíbles.

Una de las mayores ventajas que se propuso desde el principio y que fueron totalmente ganadores, fue la aplicación de entrevistas y videos de los personajes célebres asistentes al festival, como extranjeros, músicos y visitantes o gente del común, generando mayor interés por ponerlo como protagonistas del contenido.

Conclusiones

Este trabajo de grado para optar por el título de comunicador periodista se caracterizó en presentar un plan de comunicaciones digital para la Corporación que permitió aportar en materia de contenido a las 3 redes sociales antes, durante y después del XVIII Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, basadas en los temas y actividades que se definieron para el evento.

Aquí se puede decir que se cumplió la mayoría de los resultados propuestos en los objetivos planteados inicialmente. Como parte de los logros obtenidos están:

Que la Corporación, y propiamente el área de comunicaciones cuente con un plan estructurado que sirva como guía para la publicación de contenido en redes sociales, que se pueda aplicar no solo al Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, sino también al Festival de Cine Colombiano. Que se debe realizar meses previos a cada realizar con la información oportuna y detallada para evitar inconvenientes futuros.

La aplicación de los conocimientos aprendido durante toda la carrera para promover estrategias de interacción en las redes sociales, fueron equivalentes y oportunas para definir con exactitud qué era lo que se quería lograr desde el principio con el contenido de cada red social.

Un cronograma de publicación de contenidos fue vital para la estructura y desarrollo de las temáticas y publicaciones que se desarrollaron en las 3 etapas

del festival, lo cual garantiza que tener un modelo a seguir es más eficiente y oportuno.

En materia de resultados se cumplió con la mayoría de metas propuestas en el planteamiento de la estrategia como base para haber logrado mayor alcance de los espectadores y asistentes al evento, más cuando se trataba de un municipio alejado de la ciudad.

Haber cambiado las etiquetas antiguas (#FesticineAnt) por #FesticineAntioquia no fue muy oportuno puesto que desde la creación de las 3 redes sociales del festival se venía trabajando con la misma, entonces generó que el área de comunicaciones trabajara con una mientras que los usuarios interactúan con la otra.

Los inconvenientes que iba dejando el desarrollo de las estrategias se lograron cubrir con la mayor eficacia posible con el fin de no generar distorsión de la información del Festival, y que los usuarios no comprendieran la veracidad del contenido publicado.

Facebook es la red social ganadora para este festival, gracias a su número de seguidores, y que posiblemente sea una de las más antiguas, fue la más acertada a la hora de generar interacción y emociones entre los usuarios seguidores de la Fan Page.

Recomendaciones

Crear un plan de comunicaciones digital para cada festival de la corporación por parte del área encargada 3 meses antes al mismo, que contenga un cronograma estructurado de publicaciones con el contenido y las fechas establecidas y acordes al tema a desarrollar.

En caso de hacer cambios en las etiquetas o nombres propios al festival hacer un estudio profundo sobre lo que podría acontecer si estos cambios se hicieran realidad, analizando ventajas y desventajas y tomando conclusiones de ello.

Crear un plan de manejo de redes para saber cómo actuar en caso de que se presenten inconvenientes con las publicaciones realizadas, utilizando los medios y la creatividad para responder ante tal circunstancia.

Establecer fechas para reuniones desde meses antes del festival, con otras áreas de la Corporación que generen la información correspondiente a las actividades y acontecimientos al festival con el fin de no generar información desacertada.

Tener presente a Facebook como la red social estrella para cumplir objetivos que se traten de generar mayor interacción y alcance por parte de los usuarios.

Analizar las variables que puedan poner en aprieto el desarrollo de las estrategias antes del festival, esto incluye herramientas tecnológicas como computadores, WiFi, celulares, etc.

Referencias

- Avaca, M. E., & Álvarez, M. V. (2013). *Las redes sociales en la moda*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=9930&id_libro=476
- Cruz, D. (2014). *Celuloide 2.0*. Obtenido de Mi mundo, el cine y las redes sociales: <https://comunidad.iebschool.com/elseptimoarte/2014/05/07/mi-mundo-el-cine-y-las-redes-sociales/>
- de la Peña Aznar , J. (2014). *Anuario ACE Cultura Digital*. Obtenido de ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural?: https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/multimedia/anuario%20ace/Anuario_ACE_cultura_digital_2014.pdf
- Gimón, C. (2017). *Social Media Líderes*. Recuperado el 2018, de Impacto de las redes sociales en la sociedad: <http://socialmedialideres.com.ve/impacto-las-redes-sociales-la-sociedad/>