

CORPORACIÓN AL ALBA PRODUCCIONES
Nit 901.012.832-1

Contrato de Apoyo No. 2169- 2023

Proyecto:

Apropiación y posicionamiento del programa Es Cultura Local con el fin de visibilizar los procesos realizados por agentes creativos y culturales.

PRODUCTOS – TERCER PAGO

Documento con los contenidos divulgados a través de la estrategia de difusión y posicionamiento.

CORPORACIÓN AL ALBA PRODUCCIONES
901.012.832-1

**DOCUMENTO CON LOS CONTENIDOS DIVULGADOS A
TRAVÉS DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN Y
POSICIONAMIENTO**

Contrato de Apoyo a la Gestión No. 2169 - 2023

Proyecto:
SOMOS
Es Cultura Local

Bogotá, D.C, mayo de 2024

DOCUMENTO CON LOS CONTENIDOS DIVULGADOS A TRAVÉS DE LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO.

En el transcurso del período de ejecución de actividades, se emprendieron una serie de iniciativas en cumplimiento de las disposiciones contractuales para desarrollar y ejecutar una estrategia de difusión destinada a promover el programa "Es Cultura Local" en plataformas de redes sociales y de streaming. El propósito fundamental de esta estrategia fue destacar la relevancia del programa en las diferentes comunidades locales y resaltar sus contribuciones significativas en cada una de las localidades participantes. En estrecha colaboración con el equipo de comunicaciones del programa, se avanzó siguiendo las directrices y recomendaciones establecidas, dando lugar a un enfoque estratégico y coordinado. A través de acciones como la creación y difusión de contenido atractivo y relevante en redes sociales, la organización de eventos virtuales interactivos y la colaboración con figuras influyentes locales, se logró amplificar la visibilidad del programa y aumentar su impacto en la comunidad. Estas actividades no solo fortalecieron la presencia del programa en el ámbito digital, sino que también fomentaron una mayor participación e interacción por parte del público objetivo, consolidando así su posicionamiento como una iniciativa cultural de relevancia en las localidades participantes.

Fase I: Producción Audiovisual

Durante la Fase I de Producción Audiovisual, se llevó a cabo la implementación de la producción de contenido audiovisual con el objetivo de generar material estratégico para su difusión, con el propósito de visibilizar las experiencias de los ganadores de la cuarta edición del programa. Esta propuesta incluyó la integración de sellos de pertenencia que facilitaron el reconocimiento de los procesos y la identificación del programa Es Cultura Local en el contexto digital.

Durante el periodo de tiempo reportado en este informe, se avanzó con las siguientes actividades:

- **Fecha:** sábado, 20 de abril de 2024
 - **Localidad:** Barrios Unidos
 - **Evento:** Luz, Cámara. Arte Expo final
- **Fecha:** sábado, 27 de abril de 2024
 - **Localidad:** Engativá
 - **Eventos:** Expansión fucsia / Concierto infantil: Canto cuentos

Como resultado de estos esfuerzos, queda pendiente de cubrimiento la localidad Puente Aranda y se logró avanzar en la cobertura de 15 localidades, representado en 55 recorridos en total para difundir las propuestas destacadas de la cuarta edición del programa Es Cultura Local. Las localidades cubiertas incluyen:

1. Antonio Nariño
2. Teusaquillo
3. Ciudad Bolívar
4. Chapinero
5. Rafael Uribe Uribe
6. San Cristóbal
7. Fontibón
8. Kennedy
9. Suba
10. Usaquén
11. Barrios Unidos
12. Usme
13. Tunjuelito
14. Bosa
15. Engativá

Este avance significativo refleja el compromiso y la dedicación del equipo en la promoción y difusión del programa, así como en la documentación y visibilización de las valiosas experiencias culturales y artísticas presentes en cada una de estas localidades.

Fase II: Articulación con Redes Sociales y plataformas Streaming

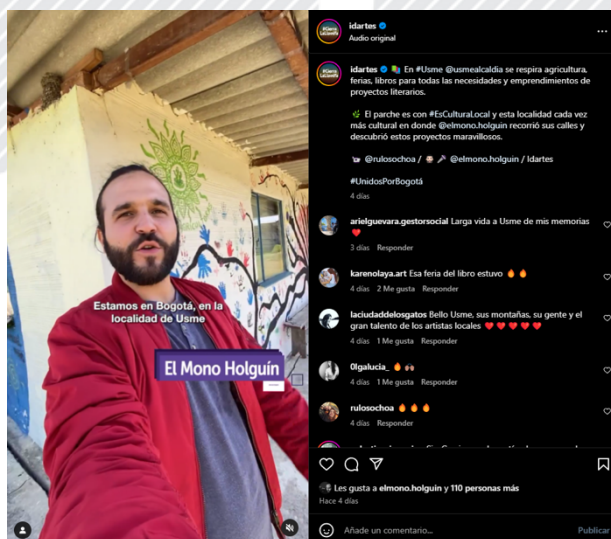
– Articulación con Redes Sociales

En el desarrollo de la Fase II, se dio continuidad al avance en la dinámica de articulación con las redes sociales y plataforma Meta. Respecto a las redes sociales, se ha mantenido la publicación del material audiovisual generado en la Fase I del proyecto.

En la plataforma Meta, puntualmente Instagram del IDARTES se dio la publicación de tres cápsulas de video en el periodo del presente informe, para mantener la presencia continua en este canal. Actualmente se encuentra en planeación la articulación de la plataforma TikTok para publicación de la invitación al evento de posicionamiento como un canal de comunicación efectivo y ampliamente reconocido por la ciudadanía en las redes sociales.

Todo el material gráfico, fotográfico, textual, auditivo y visual ha sido proporcionado por el equipo designado del programa ECL, cumpliendo con las directrices definidas por la oficina de comunicaciones para su difusión. Continuamos adelantando las acciones pertinentes para continuar con el compromiso con la difusión y promoción del proyecto y sus actividades, y se espera continuar con esta estrategia para mantener informada y comprometida a la audiencia capitalina.

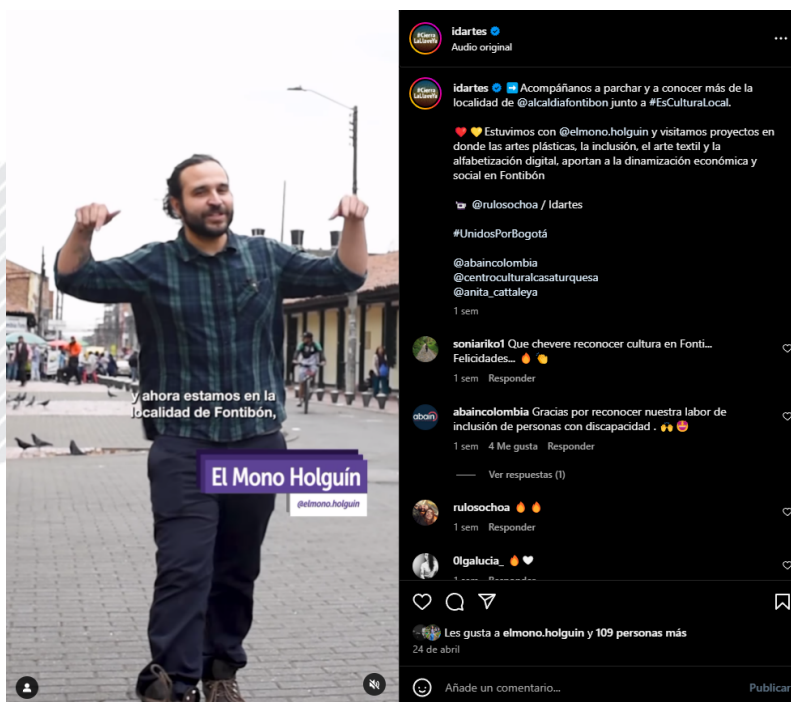
En el periodo del informe se han realizado tres publicaciones, como se relacionan a continuación:



<https://www.instagram.com/p/C6hWo2eug5w/>



<https://www.instagram.com/p/C6UCw9du9BU/>



https://www.instagram.com/p/C6KYzD0u_-Q/

Asimismo, en el marco de las acciones contempladas se busca elevar las actividades de los proyectos a nuevas alturas mediante la colaboración estratégica con los canales de comunicación de El Espectador, reconocidos como líderes en redes sociales. Esta etapa se convierte en un puente virtual que conecta a los ganadores del programa con un vasto DMP Cluster de Audiencias en el sector cultural, ampliando así su visibilidad y alcance.

Para la implementación de esta fase, se ha realizado una búsqueda exhaustiva entre los diferentes medios, priorizando aquellos que estén alineados con el presupuesto del proyecto y que contribuyan al cumplimiento de los objetivos propuestos. Tras evaluar diversas opciones, se determinó que El Espectador es el medio más viable, considerando tanto el valor de la pauta como su capacidad para alcanzar la audiencia deseada.

Las conversaciones con el asesor del Espectador han avanzado con el objetivo de realizar pautas en las plataformas virtuales (Instagram y/o Facebook) desde sus redes, así como la publicación mensual de posts sobre las activaciones realizadas en el marco de las experiencias ganadoras. Esta iniciativa se llevará a cabo a finales del mes de mayo, con la activación que se realizará en el Tintal, con el fin de potenciar la estrategia de difusión y vincular las 22 propuestas participantes.

En cuanto a la implementación práctica, el área de comunicaciones se encargará del diseño de los posts, manteniendo la coherencia visual con el manual de marca del Idartes para garantizar una presentación uniforme y profesional. Se programará la pauta de un total de 2 posts a distribuirse durante los meses de mayo y junio de 2024, cada uno de ellos llevando la mención de la marca, la etiqueta de Colaboración Pagada obligatoria de Facebook Inc y el hashtag #ContenidoPatrocinado.

Las especificaciones técnicas para el material a compartir en las plataformas incluyen medidas específicas para imágenes y videos, asegurando una presentación óptima y atractiva en las diversas redes sociales, desde Instagram, tanto en feeds como en stories. Este enfoque estratégico garantiza una presencia digital efectiva y atractiva para los proyectos respaldados por "Es Cultura Local".

Especificaciones Instagram Feed:

Imagen

- Medidas: 1080 x 1080px o 1080 x 1350px
- Formato: JPG- PNG
- Peso: 30MB
- Copy •

Carrusel máximo 10 imágenes

Video

- Duración máxima: 3 min
- Formato: MP4
- Relación de aspecto: 1:1
- Peso: 30MB
- Copy

Instagram Stories:

Imagen

- Medidas: 1080 x 1920px
- Relación de aspecto: 9:16
- Duración máxima: 15 segundos
- Formato: JPG - PNG - MP4
- Url de destino

Video

- Duración máxima: 1 min
- Formato: MP4 •
- Relación de aspecto: 4:5
- Peso: 30MB

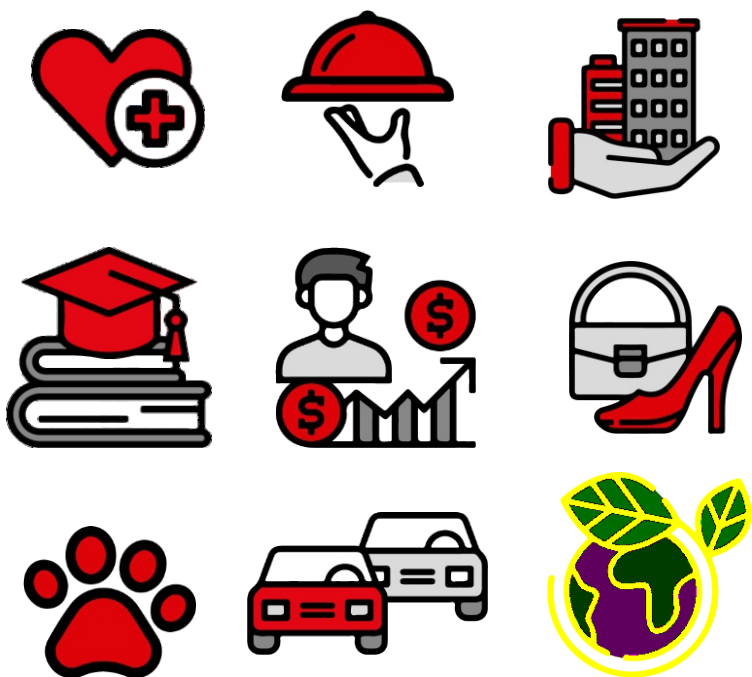
EL ESPECTADOR

RRSS MAY-JUN

Corporación Al Alba Producciones



DMP Cluster de Audiencias



Segmentos	Audiencias
E-Sports + afinidades	10.184.346
ESP_IAB business-and-finance	6.576.049
Ambiente	6.464.015
tech devices	5.916.638
Mascotas	5.609.648
Audiencia Estados Unidos	5.443.141
Audiencia España	5.118.693
Agropecuaria	5.109.919
Cultura	4.491.780
Finanzas Personales	4.182.358
Deportes	4.091.583
Mamás	4.085.763
Negocios	3.905.549
Musica	3.531.263
Turismo y Viajes	3.284.482
Familia y Crianza	2.934.356
Chefs, cocineros	2.823.447
Audiencia Chile	2.573.501
Educación General	2.367.238
Alimentos y Golosinas	2.342.398
Autos General	2.286.475



Por medio de nuestras redes sociales postharemos galerías mediante feed o stories en Instagram y/o Facebook con la agenda de actividades de los ganadores de los programas de IDARTES.

Total Post: 2 que pueden ser distribuidos hasta el mes de junio de 2024.

Todos nuestros posts llevan mención de la marca, la etiqueta de Colaboración Pagada obligatoria de Facebook Inc y #ContenidoPatrocinado.

Finalizada la pauta y pasados 3 días hábiles se entregará reporte de la misma indicando clics e impresiones.



Instagram Feed:

Imagen

- Medidas: 1080 x 1080px o 1080 x 1350px
- Formato: JPG- PNG
- Peso: 30MB
- Copy
- Carrusel máximo 10 imágenes

Video

- Duración máxima: 3 min
- Formato: MP4
- Relación de aspecto: 1:1
- Peso: 30MB
- Copy

Instagram Stories:

Imagen

- Medidas: 1080 x 1920px
- Relación de aspecto: 9:16
- Duración máxima: 15 segundos
- Formato: JPG - PNG - MP4
- Url de destino

Video

- Duración máxima: 1 min
- Formato: MP4
- Relación de aspecto: 4:5
- Peso: 30MB

Fase III: Material Promocional

En la Fase III, dedicada al Material Promocional, nos sumergiremos en la creación de elementos físicos y tangibles que reflejen la identidad cultural del programa ECL. A través de la elaboración de pendones, volantes, 150 kits POP y otros elementos promocionales, buscamos llevar la esencia de la cultura local directamente a las manos y corazones de nuestra audiencia. Este proceso va más allá de la simple creación de materiales visuales; se trata de generar una experiencia única y representativa durante el evento principal de activación.

Los kits POP se compondrán de los siguientes elementos:

1. **Bolsa ecológica:** Fabricada en tela de algodón con medidas de 41 x 37 cm.
2. **Book artístico:** Un libro diseñado para la intervención artística y el coloreo, presentando la línea gráfica de los proyectos locales. La portada estará impresa en Propalcote de 320 gramos, con hojas de contenido impresas en bond de 90 gramos. Las medidas del libro serán de 13.97 cm x 21.59 cm.
3. **Set de colores:** Un cilindro escolar que contendrá 12 colores, con un diámetro de 3.4 cm y una altura de 10 cm.

Cantidad: 150 Kits.

En la fase de implementación del Material Promocional, se incluye la creación de botones redondos destinados a los artistas participantes. Estos botones servirán como un distintivo especial para identificar y honrar su contribución al evento. A continuación, se detallan las especificaciones:

- **Elemento:** Botón Redondo
- **Medidas:** Diámetro de 5.5 centímetros
- **Cantidad:** Se producirán un total de 120 botones.

Estos botones proporcionarán a los artistas participantes un símbolo tangible de reconocimiento y pertenencia, fortaleciendo así su vínculo con el evento y destacando su importancia dentro de la comunidad cultural local.

Para la **invitación**, se ha seleccionado un elemento distintivo: un mapa de Bogotá que incluirá 5 pines marcando ubicaciones relevantes para el evento. Además, cada invitación estará acompañada de una tarjeta adicional.

A continuación, se detallan las especificaciones:

- **Elemento:** Mapa de Bogotá con 5 pines.
- **Medidas:** 13.97 cm x 21.59 cm.
- **Cantidad:** Se producirán un total de 50 mapas.
- **Tarjeta:** Cada mapa estará acompañado de una tarjeta adicional.

Esta invitación con un toque único no solo proporcionará detalles prácticos sobre la ubicación del evento, sino que también servirá como una pieza memorable y coleccionable para los destinatarios.

Es importante mencionar que todo el material gráfico y los textos serán proporcionados por el equipo designado del programa ECL, siguiendo las directrices definidas para su difusión. Esto garantiza coherencia y consistencia en la presentación visual y en el mensaje transmitido, asegurando que la identidad y los objetivos del programa se reflejen de manera precisa y efectiva en todos los elementos promocionales y de invitación

MATERIAL POP



IDENTIFICACIÓN PARA ARTÍSTAS PARTICIPANTES

Elemento: Botón redondo.
Medida: 5.5 cms.
Cantidad 120 unidades.

KITS POP

Elementos: Bolsa ecológica - Book artístico – set de colores

Cantidad: 150 kits



Book artístico - Intervención para colorear

Portada: Propalcote 270 gr

Hojas de contenido: Bond de 90 gr impresión monocromática

Medidas: 13,97 cm x 21,59 cm



Cilindro de colores

Cilindro de cartón, incluye 12 colores
y taja lápiz en la tapa.

Diámetro: 3.4 cm - Alto: 10 cm



Bolsa ecológica

Tela algodón de 41 cm x 37 cm



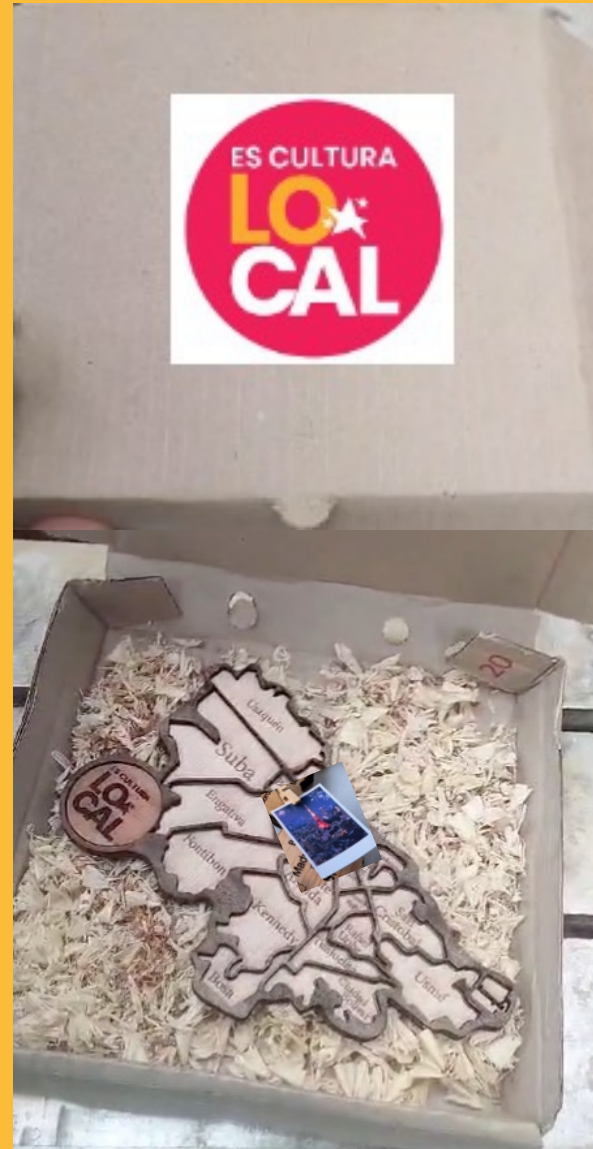
INSTITUTO
DISTRITAL DE LAS ARTES
IDARTES



INVITACIÓN



Elemento: Mapa de Bogotá
pines: 5
Medidas: 13.97 cm x 21.59 cm
Cantidad: 50
Tarjeta: Si



INSTITUTO
DISTRITAL DE LAS ARTES
IDARTES

