

Anexo
Proyecto de prácticas académicas
Cinemateca Municipal de Medellín

Propuesta base para el diseño de la estrategia de comunicación digital

Sara Higueta Duque

Este texto es uno de los anexos del informe final de práctica en la Cinemateca Municipal de Medellín, un programa adscrito a la Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, realizada entre julio y diciembre del año 2021. Este anexo consistió en la realización de una propuesta base que sirva como insumo para el futuro diseño de la estrategia de comunicación digital del programa, al plantearse la necesidad de fortalecer la comunicación digital y aterrizar ideas y estrategias. La propuesta fue realizada a partir del rastreo inicial de antecedentes, la búsqueda de referentes con procesos y actividades similares, la observación participativa de los procesos de comunicación y la conversación con el equipo del programa con el fin de conocer de primera mano la necesidades de cada uno de los componentes (formación, exhibición, archivo). Inicialmente, el proyecto fue planteado para lograr una propuesta completa de la estrategia digital teniendo en cuenta las características del proceso en cuanto a funciones y tiempo invertido en estas, sin embargo, durante la práctica surgieron cambios en estos factores que dificultaron el cumplimiento de algunas tareas específicas del proyecto. Es por esto que los objetivos se replantearon en medio del proceso y se ajustaron a la situación y el contexto real.

Objetivos

General

Realizar una propuesta base que sirva como insumo para el futuro diseño de la estrategia de comunicación digital para la Cinemateca Municipal de Medellín.

Específicos

- Describir las estrategias y los procesos de comunicación encontradas en la Cinemateca Municipal.
- Hacer un rastreo de entidades y proyectos que sirvan como referentes para la realización de la propuesta base.
- Identificar las necesidades comunicacionales de cada componente de la Cinemateca.
- Describir los canales y actividades necesarias para tener en cuenta en el diseño de la estrategia de comunicación digital de la Cinemateca.

Justificación

Este proyecto surge luego de una observación inicial de las comunicaciones de la Cinemateca Municipal durante las primeras semanas de la práctica, que permitió notar unas necesidades de orden y ajustes de los procesos que ya existían y del desarrollo de nuevas estrategias que permitieran refrescar la comunicación digital en los canales del programa. En medio de esta observación y en los primeros encuentros sobre este proyecto, se encuentra que ya se habían planteado desde antes unas necesidades.

El público de la Cinemateca Municipal de Medellín es muy amplio y diverso, al tratarse de un programa cultural, social e itinerante por la ciudad. Este público abarca tanto a las personas del sector audiovisual y cinematográfico de la ciudad como al público general de todas las edades. Es por eso, que la comunicación de los procesos que se realizan, ha sido un reto importante para el programa desde sus inicios, porque implica establecer unas estrategias que acompañen el contexto de la ciudad y de las personas a quienes se quiere llegar.

Es por eso, que se deben pensar y ejecutar procesos de comunicación dinámicos que respondan a unas formas de consumo de información concreta y cada vez más visual. Este proyecto busca dejar unos planteamientos iniciales sobre los canales y algunas estrategias de comunicación que sirvan de insumo para el futuro diseño de una estrategia de comunicación digital. Para estos planteamientos se tendrá en cuenta el público al que se dirige la Cinemateca, los objetivos del programa y las necesidades encontradas a lo largo de la práctica.

Antecedentes

Para la realización de este proyecto de prácticas académicas, es importante identificar primero los procesos, documentos, estrategias y planes relacionados con el área de comunicaciones que se vienen ejecutando en la Cinemateca Municipal. Por eso, en este apartado, se mencionará lo encontrado el primer mes de prácticas, es decir, julio del 2021. También es importante mencionar que en el mes de agosto se presentó un cambio de Comunicadora, lo que generó algunas modificaciones en las actividades y procesos que se venían dando. Estos cambios serán ampliados en la Metodología.

Inicialmente, como documentos internos, se encuentra una *presentación base* con información de la Cinemateca donde se presentan los propósitos generales del programa y los de cada componente (exhibición, formación, archivo, auxiliar logístico, administrativo y comunicaciones). También se presentan proyecciones y recomendaciones para el año 2021.

El *Plan Estratégico de Comunicaciones* para el año 2021, presentado por la primera comunicadora en el mes de abril, tiene como objetivo generar mayor interacción entre las acciones de la Cinemateca y el público de la ciudad. Este plan propone la promoción y el posicionamiento de las acciones y actividades a través de medios de comunicación convencionales, prensa, radio, televisión, y digitales redes sociales, boletines y sitio web propio, este último, mencionado como un espacio importante para conectar con el público y cuya presentación de propuesta está pendiente.



Captura pantalla principal del perfil de Instagram. Tomada en julio 2021.

En cuanto a la comunicación externa y con el público de la ciudad, las *redes sociales* son un canal importante y constante para la difusión de actividades y eventos. [Instagram](#) es una de las principales redes sociales de la Cinemateca, y allí se comparten, en su mayoría, *ecards* y piezas gráficas, tanto en el feed como en historias. Las publicaciones se hacen diariamente, dependiendo del flujo solicitudes de difusión que haya cada día, tanto de eventos propios como de entidades aliadas que se apoyan en la divulgación de actividades: 2 veces al día, en la mañana y en la tarde (de 8 a. m. a 10 a. m. / 4 p. m. a 6 p. m.) o 3 veces al día , en la mañana, a mediodía y al final de la tarde (de 8 a. m. a 9 a. m. / de 12 m. a 2 p. m. / de 5 p. m. a 6 p. m.).

En la [página de Facebook](#), además de compartirse las mismas *ecards* y piezas gráficas de Instagram, también es la plataforma por la que se crean los eventos virtuales para realizar las transmisiones en vivo tanto de proyección de contenidos audiovisuales como de conversaciones y charlas.



Captura de la pantalla principal de la página de Facebook. Tomada en julio 2021.

Este tipo de espacios virtuales se vieron incrementados desde el año 2020, cuando fueron la única manera de continuar con encuentros de la Cinemateca que normalmente se realizaban de manera presencial. En esta página también es donde quedan almacenados todos estos encuentros para su posterior consulta.

Por su parte, el canal de [Youtube](#), se ha convertido en el repositorio de los eventos de la Cinemateca, en su mayoría, de aquellos que se han realizado de manera virtual. Las transmisiones en vivo y las grabaciones de algunos encuentros presenciales están organizados y categorizados en listas de reproducción con el nombre de cada evento.



Captura de la pantalla principal del canal de Youtube. Tomada en julio 2021

En este canal también hay contenidos audiovisuales: cortometrajes que se han realizado en diversos espacios de formación de la Cinemateca o entidades aliadas, y también videos no listados de proyectos propios para ser enlazados posteriormente a otras plataformas (ejm: Ruta de Archivos Audiovisuales). A inicios de cada mes, se realiza un *boletín* con la programación general de la Cinemateca y los eventos destacados de ese mes, que se envía por correo electrónico usando la herramienta MailerLite, a una base de datos general en donde se encuentra público general, personas de medios de comunicación y entidades aliadas. También se encuentra una [página](#) en el sitio web de la Alcaldía de Medellín, destinada a la Cinemateca Municipal, con información general, algunas fotografías, un vídeo destacado y los enlaces a las redes sociales.

Estado del arte (Referentes)

Para este proyecto, es importante hacer un rastreo de las entidades que son semejantes a la Cinemateca Municipal en cuanto a temáticas, propósitos, campos o acciones, con el fin de conocer la forma en que éstas comunican sus actividades y procesos con sus públicos por medio de sus redes sociales (Instagram, Facebook, Youtube) y sus páginas web. También se hará una observación de algunas plataformas que alojan la información de procesos similares a los de la Cinemateca.

Iniciando con un rastreo nacional, se encuentran tres entidades con procesos enfocados al fortalecimiento del sector audiovisual y a la articulación del cine/artes audiovisuales con el público general. La *Cinemateca de Bogotá* o *Centro Cultural de las Artes Audiovisuales* fue fundada en el año 1971 y desarrolla actividades de investigación, formación, creación, exhibición y preservación audiovisual. Actualmente, enfoca la comunicación de sus cuentas de Instagram y Facebook a la comunicación de programación tanto propia como de aliados, y a

otras ofertas referentes a lo audiovisual como talleres, charlas y encuentros alrededor del audiovisual. En cuanto a su página web (<https://cinematecadedebogota.gov.co/>), que tiene extensión de dominio gubernamental (.gov), contiene información básica sobre la entidad, la ubicación y los servicios y espacios con los que cuenta a disposición de la ciudadanía. También contiene información sobre su programación, las actividades que ofrece desde diversos enfoques y tiene opción de compra de boletería en línea tanto para la Sala Virtual como para las proyecciones presenciales.

La *Cinemateca del Caribe* es una entidad mixta (pública-privada) sin ánimo de lucro, creada en el año 1986 para estimular y difundir la cultura audiovisual, además de resguardar el patrimonio fílmico de la región. Sus redes sociales son usadas principalmente para la difusión de la programación audiovisual en cartelera. En [Instagram](#) destaca al uso, en su mayoría, de *ecards* con plantillas variadas que se van mezclando a lo largo del *feed*. Por su parte, en [Facebook](#), estas mismas *ecards*, comparten espacio con fotografías de eventos presenciales, videos, y eventos en vivo. En cuanto a su página web (<https://cinematecadelcaribe.com/>), contiene información muy puntual de los procesos que se llevan a cabo en la entidad, incluyendo la cartelera disponible, aunque no cuenta con un sistema de compra en línea.

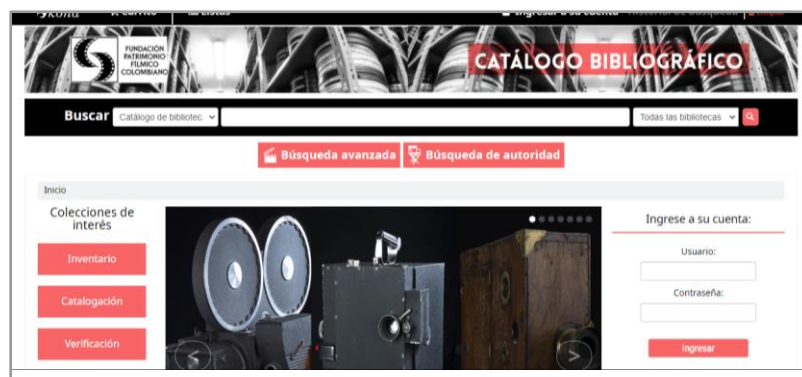
Por último, el *Museo La Tertulia* (<https://museolatertulia.com/cinemateca/>) en Cali, es un espacio cultural que aloja programación audiovisual, exposiciones, experimentaciones artísticas y actividades académicas. Fundado en 1956 por Alfonso Bonilla Aragón, fue inicialmente concebido como un lugar de encuentro alrededor de la política y la literatura a raíz de la censura y las prohibiciones causadas por la dictadura de Rojas Pinilla. Más adelante, se reconoció la necesidad de difundir producciones cinematográficas en la ciudad y promover la conversación alrededor de esto por medio de Cine Clubes.

Aunque no es un espacio enfocado solo al cine/artes audiovisuales, es importante para este apartado porque en sus redes sociales, sobre todo en su [Instagram](#), no se hace uso de *ecards*, sino que destaca una decisión de comunicar por este medio solo por medio de fotografías y algunos videos sus procesos, encuentros y programación. Por el contrario, en su página de [Facebook](#), si se hace uso de *ecards* con una línea gráfica fresca y definida según el tipo de evento. Por su parte, las cuentas de Youtube de estas tres entidades ([Cinemateca de Bogotá](#), [Cinemateca del Caribe](#) y [Museo La Tertulia](#)), funcionan como repositorio de conversatorios y eventos tanto presenciales como en línea, y además, se encuentran alojados *promos* de actividades y trailers de películas en cartelera.

A nivel nacional también se encuentran otras entidades referentes en cuanto al material de archivo disponible para la consulta del público. Estos referentes son importantes para la organización de la información en la página web, sobre el archivo que resguarda la Cinemateca de Medellín y sobre cómo personas y entidades pueden acceder a él.



Página principal. Sitio web de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.



Página principal. Sitio web del catálogo de la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.

- Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano (página web y APP)

Esta entidad tiene como misión la preservación y la promoción del patrimonio audiovisual del país para propiciar el acceso a él. Su página web (<https://patrimoniofilmico.org.co/>) contiene información sobre su historia, servicios que presta, noticias de interés y productos realizados como un podcast de distintos temas relacionados con su misión. También hay un portal exclusivo para el catálogo (<https://catalogo.patrimoniofilmico.org.co/>) de los materiales de archivos disponibles para su consulta de forma física, con información detallada sobre estos. Además, la Fundación cuenta con una aplicación móvil que permite también la consulta de información sobre el material audiovisual y cinematográfico de manera gratuita y fácil para las personas interesadas.

- Laboratorio de fuentes históricas

La página web

(<https://cienciashumanasyeconomicas.medellin.unal.edu.co/laboratorios/fuentes-historicas/>)

de este Laboratorio está dentro del sitio web de la Facultad de Ciencias Humanas y Económicas de la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín y es un espacio que aporta a la construcción de la memoria histórica y al desarrollo del patrimonio cultural por medio de la investigación histórica y social y el desarrollo técnico de distintos soportes y formatos. Este espacio permite tener una idea de cómo se podría organizar de manera llamativa y dinámica en la página web algunos de los materiales que resguarda la Cinemateca en su Archivo.



Laboratorio de Fuentes Históricas. Universidad Nacional sede Medellín.

En el rastreo realizado a nivel de Latinoamérica, se encuentran tres entidades que comparten procesos, actividades y objetivos muy similares a los de la Cinemateca Municipal de Medellín, entidades con mucha historia y reconocimiento como gestoras del patrimonio audiovisual y cinematográfico de sus países y como entes con oferta que permite conectar al público con el cine y desarrollar las industrias audiovisuales de sus territorios: Cineteca Nacional de Chile, Cinemateca de Ecuador y Cineteca Nacional de México.

Estas entidades sirven como referente, no sólo para la forma de comunicación en redes sociales sino también en la organización de procesos y actividades en páginas web. La Cineteca Nacional de Chile (<https://www.cclm.cl/cineteca-nacional-de-chile/>), cuenta con una página dentro del sitio web de otra entidad: el Centro Cultural La Moneda, que acoge actividades culturales, artísticas y patrimoniales (algo similar a lo que sucede actualmente con la página web de la Cinemateca Municipal de Medellín, que hace parte del sitio web de la Alcaldía). Esta

página está en constante actualización y contiene información de la cartelera *on demand* tanto paga como gratuita; colecciones y especiales de cine y series; programas de formación de públicos y eventos relacionados con la investigación que incluye actividades especializadas, seminarios, publicaciones y convocatorias que impulsan los proyectos locales y la industria nacional. En cuanto a sus redes sociales, no cuenta con un canal de [Youtube](#) propio sino que hay varias listas o vídeos sueltos en el canal del Centro Cultural La Moneda. En sus perfiles de [Instagram](#) y de [Facebook](#), se hace uso en su mayoría, de fotografías para comunicar las actividades de exhibición, convocatorias e información de interés alrededor del cine. También se hace uso de piezas gráficas con una línea gráfica concreta y sencilla.

Por su parte, la Cinemateca de Ecuador (<https://cinematecanacionalce.com/>) tiene un sitio web independiente en el que se aloja información sobre sus proyectos y actividades (cartelera, espacios y servicios ofrecidos) y sobre su material de archivo. Este último ítem tiene información sobre su acceso y también redirecciona a un sitio web distinto en donde se puede consultar su catálogo de libre acceso que incluye tanto material en video como archivos de la biblioteca especializada en audiovisual y del centro de documentación histórico de cine ecuatoriano. En cuanto a sus redes sociales, en sus perfiles de [Instagram](#) y [Facebook](#), hacen uso de piezas con elementos gráficos característicos, información precisa y necesaria y donde la fotografía es la protagonista. Su canal de [Youtube](#) contiene *promos* de actividades y también algunas listas con producciones audiovisuales completas a disposición del público.

La Cineteca Nacional de México (<https://www.cinetecanacional.net/>) también es un referente para este proyecto sobre todo por su sitio web, el cual se caracteriza por ser fresco, claro y sencillo para navegar, además que cuenta con información sobre sus procesos y actividades muy similares a las de la Cinemateca Municipal. Este sitio tiene información sobre los materiales de todo tipo disponibles para la consulta del público, cartelera, programación y oferta formativa tanto virtual como presencial. En cuanto a sus redes sociales, en general, sigue la misma línea de los anteriores referentes, apuntando al uso de fotografías y de *ecards* simples y con poco texto.

Metodología

Para la realización de esta propuesta se inició con una revisión de antecedentes, identificando procesos, documentos y estrategias que se venían ejecutando desde el componente de comunicaciones de la Cinemateca al momento de iniciar las prácticas. Después

de tener estos antecedentes claros, se realizó un rastreo de entidades con procesos y actividades similares a los de la Cinemateca, tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de observar cómo se comunicaban digitalmente con sus públicos y que sirvieran como referentes para la propuesta.

Si bien la observación de procesos externos fue importante para construir un estado del arte, las necesidades puntuales y específicas de la Cinemateca Municipal de Medellín fueron la clave para terminar de establecer la propuesta. Para esto, se realizaron unas entrevistas/conversaciones con las personas gestoras de cada componente, orientadas a conocer qué necesidades había identificado a la hora de comunicar los procesos y las actividades de cada uno y cómo se lo imaginaban.

Otra decisión metodológica importante fue que a medida que avanzaba la práctica, se hicieron ajustes y cambios en algunas estrategias o procesos de comunicación, lo que permitió observar qué pasaba después de estas modificaciones y cuáles funcionaban mejor. Estos ejercicios o ensayos en las comunicaciones se empezaron a realizar en agosto, en el momento en que el componente estuvo sin una persona a cargo del componente de comunicaciones y quedaron algunas tareas de éste a cargo de la practicante y la coordinadora general, Maderley Ceballos. Igualmente, en el momento en que llegó la nueva comunicadora, Kelly Manosalva, se hicieron más modificaciones, lo que permitió dinamizar y refrescar la comunicación digital de la Cinemateca.

Entrevistas

Con el fin de conocer las necesidades y la forma en cómo el equipo de la Cinemateca se imagina o se piensa la comunicación de sus actividades y procesos al público, se realizaron unas conversaciones con los y las líderes de los procesos y componentes. A continuación se destacarán planteamientos y propuestas de las conversaciones con la coordinación general, y los componentes de comunicación, exhibición, formación y archivo, que dieron ideas claves para la para la propuesta.

Las preguntas clave que guiaron estas conversaciones fueron:

- Teniendo en cuenta los procesos y actividades de este componente, ¿qué necesidades se han identificado en cuánto a la comunicación de estos?
- ¿Cómo se imagina el sitio web de la Cinemateca?

- ¿Qué acciones cree que se deben priorizar en este sitio para comunicarle al público?

Coordinación general y componente administrativo

Maderley Ceballos e Isabel Vargas

- En cuanto a realidades y expectativas para la Cinemateca, se menciona el proyecto en construcción de una sede física propia que acoja todos los procesos y actividades: un área administrativa, un espacio con las características adecuadas para el resguardo del material de archivo escrito, fotográfico y audiovisual, laboratorios aptos para los procesos técnicos necesarios, aulas de formación y un espacio de exhibición para una programación permanente (salas). Igualmente se resalta la importancia de continuar con las actividades itinerantes de la Cinemateca en territorio.
- Se referencian los sitios web de la Cinemateca de Bogotá y la Cineteca de México en cuanto a organización de información, y la Cinemateca del Ecuador, la Filmoteca de Catalunya, ACMI Centro Australiano para la imagen en movimiento y el Museo del Cine de Girona.
- Tener en cuenta que las formas de consumo digital han ido cambiando, teniendo en cuenta la vuelta a la presencialidad. Las personas son quienes programan cuándo consumir la información (on demand).

Componente de Comunicaciones

Kelly Manosalva

- El área de comunicaciones se puede fortalecer con la producción de contenidos audiovisuales, no solo quedarse en el registro sino también generar narrativas dinámicas para contar los procesos que tiene la Cinemateca (formación, archivo, exhibición). Es importante plantearse una persona que esté de manera fija dentro del equipo de trabajo para estas producciones.
- Teniendo en cuenta que esta es una Cinemateca joven y que está creciendo, el posicionamiento de sus procesos como entidad cultural y social son vitales en esta etapa inicial, como el pago de pautas para contenidos o eventos destacados que permitan que más personas conozcan la Cinemateca y las actividades que ofrece al público.
- El sitio web también debe ser otro planteamiento importante para el programa ya que allí se pueden alojar contenidos que más allá de informar, cuentan los procesos

(crónicas, vídeos, fotografías) y que se pueda convertir en un lugar de consulta para la ciudadanía y para el sector audiovisual. Este sitio también podría aportar al posicionamiento por medio de motores de búsqueda

Componente de Exhibición

Alba Salazar

- Hay unas necesidades en cuanto a la forma de comunicar los procesos de exhibición de la Cinemateca en los equipamientos de la ciudad (Parques Biblioteca, UVA's y Casas de la Cultura). Se podrían realizar cápsulas audiovisuales de algunos de estos lugares (mensuales) donde se cuente sobre los ciclos de cine que los y las gestoras de estos espacios coordinan.
- También sería interesante realizar unos videos cortos contando los procesos de exhibición en los centros del Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes, Sistema de Atención al Habitante de Calle, Atención al Adulto Mayor y Casa de Reincorporación y Reconciliación de Belén.
- En cuanto al sitio web, se considera importante resaltar los componentes y su oferta. Para exhibición se ha pensado en una página donde se pueda acceder a información sobre los distintos ciclos de cine que se realizan en la ciudad desde los equipamientos, el catálogo general de la Cinemateca (contenidos audiovisuales y cinematográficos) donde se pueda conocer la información de cada producto y algunas disponibles para ver online según lo que permitan los derechos de imagen.
- También podría ser de mucha utilidad, tener un espacio donde las personas puedan solicitar el acceso a cierto contenido que consideren pueden nutrir y aportar sus procesos de educación, investigación, apreciación, etc (colegios, cine clubes, grupos de investigación)
- Se destaca también lo significativo de tener una franja de programación infantil, con información sobre procesos de los tres componentes orientados a este público.

Componente de Formación

David Rendón

- Para este componente, hay una necesidad de comunicar los procesos que se van haciendo, no solo de manera informativa sino de forma narrativa.

- Se resalta la necesidad de tener más ordenadas las bases de datos, y que se pueda filtrar información por comunas o territorios, permitiendo así la difusión de la oferta formativa primero en los territorios específicos.
- En cuanto a las muestras de los resultados de los talleres y laboratorios, se sugiere pensarse un evento periódico (parecido a lo que se hace con El cine es colectivo), donde se pueda realizar la exhibición de los resultados y un conversatorio con los y las participantes, personas del ámbito educativo/académico y/o personas del sector audiovisual local, volviéndolo así un evento destacado de la Cinemateca.
- En cuanto al sitio web, se sugiere tener un mapa por zonas y tener actualizada la información de la oferta formativa de la Cinemateca en los territorios: *“¿Qué oferta hay en mi comuna/corregimiento?”*
- Posibilidad de registrarse en los talleres desde la página web, orientado a que esto pueda servir de insumo a una base de datos macro.
- Es importante plantearse un espacio dentro del sitio web para postular propuestas formativas en la Cinemateca (talleres, laboratorios, clases maestras, conversatorios). Este “buzón de propuestas”, tendría unos requisitos base y un formato de proyecto guía para su presentación a la Cinemateca. Esto permitiría que la oferta formativa se refresque y se conozcan nuevos métodos y miradas del sector audiovisual local.
- Repositorio de videos que sirvan para la consulta del público general, personas del sector audiovisual y de comunidad académica: videos de la clases maestras que se puedan filtrar de varias maneras, temas, oficios, año, colectivo, año, etc.
- También se sugiere tener un apartado para suscribirse al boletín y a la programación mensual.

Componente de Archivo

Ana Ramírez

- Para este componente hay unas necesidades muy claras en cuanto al material de archivo que conserva la Cinemateca. Es importante generar estrategias de comunicación para darlo a conocer, que las personas se enteren que hay un archivo en la ciudad de Medellín que puede ser consultado por cualquier persona interesada en él, ya sea por curiosidad o por procesos académicos y de investigación.

- Teniendo en cuenta lo anterior, se pone como ejemplo la Biblioteca Pública Piloto por la forma en cómo se encuentra organizado el archivo fotográfico, contando la historia de este y la forma en que puede ser consultado.
- Se resalta la importancia de invitar a las personas a consultar el archivo teniendo en cuenta que este ha pasado por procesos de recuperación y conservación justamente para que estén a disposición de la ciudadanía.

Hallazgos y conclusiones

A medida que avanzaba la práctica, se empezaron a ajustar algunos procesos del y a experimentar con algunas estrategias a la hora de comunicar acciones de cada componente. En el mes de agosto hubo un par de semanas en las que el componente no tuvo una comunicadora a cargo de los procesos, por lo que se estuvo a cargo de algunas funciones y tareas de manera más autónoma. A la llegada de la nueva comunicadora también se empezaron a establecer algunas necesidades comunicacionales y se empezaron a ejecutar algunas estrategias.

Lo primero que se ajustó, fueron los horarios de publicación en redes sociales, despejando el flujo de información en las cuentas y permitiendo que esta alcanzara a más personas, viéndose reflejado en el número de visualizaciones y en los *likes*.

En cuanto al enfoque comunicacional de los procesos de cada componente, se pensó en formas de comunicar por medio del video. Algunos de estos videos se realizaron para la herramienta *Reels* de Instagram y contamos a las personas sobre algunos materiales de archivo destacados del Centro de Documentación de la Cinemateca ubicado en el Parque Biblioteca La Quintana, hablamos sobre el archivo recién donado al programa por la Familia Ochoa y compartimos testimonios y apreciaciones de personas asistentes a varias proyecciones de la ciudad. Igualmente, con el fin de tener otro tipo de formato, se realizaron unas cápsulas cortas con historias de varias personas que de alguna manera tienen contacto con los procesos: talleristas, realizadores, realizadoras y beneficiarios de los talleres, donde nos contaron qué les significa tener una Cinemateca en su ciudad y qué ha representado para su proceso personal y profesional hacer parte de ella.

En cuanto al repositorio digital de los eventos (charlas y conversaciones) se halló que puede volverse incómodo y poco práctico tener que descargar estos videos de Facebook y

subirlos de nuevo a Youtube, por lo que sería ideal poder realizar estas transmisiones en la misma plataforma en la que quedará alojado.

Propuesta base

Esta propuesta base pretende servir de insumo para el futuro diseño de la estrategia digital de la Cinemateca Municipal de Medellín, y es construida teniendo en cuenta la revisión de referentes, la observación participativa de los procesos y las necesidades comunicacionales específicas de cada componente. Gracias a esto, se ha identificado que la Cinemateca tiene la necesidad de fortalecer la comunicación a nivel digital de sus procesos y actividades por medio de estrategias dinámicas y acordes a sus objetivos institucionales, con el fin de afianzar el enlace con el público actual y tener un alcance mayor a nivel local, nacional e internacional a través de alianzas con personas y organizaciones que nutran la programación y la oferta del programa.

Los canales de comunicación digital de la Cinemateca incluyen las redes sociales, el correo electrónico masivo, algunos sitios web o herramientas externas y el sitio web propio. Los dos primeros, son canales que ya están establecidos en el componente de comunicaciones, por tanto, en esta propuesta se describe la funcionalidad e importancia de estos dentro del programa; y la forma y contenido de cada uno teniendo en cuenta las necesidades identificadas a lo largo del periodo de práctica. Los sitios web externos son plataformas con herramientas que favorecen la ejecución de algunas estrategias para la comunicación de la Cinemateca. Por último, el sitio web, es una necesidad planteada desde hace un tiempo por el equipo del programa y en esta propuesta se establecerá una idea de qué podría contener este sitio a fin de consolidar los procesos.

Redes sociales

- Instagram

En esta red social el objetivo es generar un contenido fresco, dinámico y orientado a lo visual, por eso, lo ideal es priorizar las piezas fotográficas y audiovisuales. En cuanto a las *ecards* utilizadas para la promoción de eventos, no se descarta su uso, sin embargo, se debe realizar una revisión de la línea gráfica de la Cinemateca para actualizarla y orientarla hacia piezas con menos texto y más información en imagen. En cuanto a la publicación de contenido

audiovisual, la función *Reels*, ha permitido durante los últimos meses, comunicar procesos y actividades de manera dinámica por medio de videos cortos.

En cuanto a los horarios de publicación en *feed*, es importante mantener un máximo de 2 publicaciones: la primera entre 11:30 a.m. y 1:30 p.m. y la segunda entre 5:30 p.m. y 7:00 p.m. Sin embargo, para los días en que haya un mayor flujo de contenido y se deba publicar en 3 momentos, los horarios podrían ser: 10:30 a.m., 2:00 p.m. y 5:00 p.m. Igualmente, para estos casos, es importante distribuir las publicaciones entre Facebook e Instagram para no saturar ambas plataformas con la misma información.

En las *Historias*, se publican los días lunes los eventos de cada semana en grupo, tanto propios como de aliados, usado como historia inicial el formato: “*Esta semana en la Cinemateca*” o “*Prográmate en la Cinemateca*”. También se publican historias durante la semana para reforzar la difusión de actividades, aprovechando en estas ocasiones la herramienta de compartir publicaciones ya hechas, permitiendo así el enlace de públicos de otras entidades con la Cinemateca.

El contenido de Instagram abarca *ecards*, fotografías, videos tipo *promo* (menos de 1 minuto en *feed*), videos en formato *reels*, videos de más de 1 minuto, historias, transmisiones en vivo.

- **Facebook**

En cuanto a publicaciones de piezas gráficas en esta red social, aplican las características mencionadas para Instagram, y usualmente se publicará la misma información en ambas redes, sin embargo, y con el fin de no saturar en los momentos en que haya mucho flujo de contenidos. Las publicaciones más institucionales y/o aquellas que lleven en el texto enlaces a otros sitios, podrían priorizarse por Facebook, ya que este muestra automáticamente un previo del enlace.

A la hora de programar en la parrilla de redes sociales, es importante tener en cuenta que en esta plataforma se crean y se transmiten los eventos en vivo, ocupando un espacio en el flujo de contenidos a esas horas específicas. En cuanto a la creación de los eventos, es pertinente hacerlo el mismo día en la mañana con el fin teniendo en cuenta que la pieza con la invitación se publica días antes.

- **Youtube**

Esta plataforma sirve como repositorio digital donde se alojan los videos de eventos tanto virtuales como presenciales de la Cinemateca, estos se encuentran organizados en listas de reproducción según el evento. Este tipo de contenido es importante, no solo para las personas del sector, sino también para la ciudadanía, al tratarse de conversaciones y eventos sobre las artes audiovisuales y el cine local y nacional, por eso, este canal debe estar actualizado y organizado, permitiendo la consolidación de un archivo que pueda ser consultado y retomado de manera libre, por personas tanto del área de la docencia, investigación, realización, como seguidoras e interesadas en las actividades del tema audiovisual, por gusto o afición.

Adicionalmente, se debe considerar que las transmisiones en vivo puedan realizarse desde el canal de Youtube, teniendo en cuenta que es en esta plataforma donde quedará alojado.

Sitios web y herramientas externas

- **Linktree**

Permite agrupar varios enlaces de interés de la Cinemateca en una sola página para permitirle al público la localización ordenada y sencilla de la programación mensual propia, los enlaces de inscripción para ciertas actividades, redes sociales oficiales, programación de eventos de entidades aliadas, etc.,. El enlace de esta página se encuentra en la descripción de la biografía de Instagram, ya que desde los teléfonos móviles no es posible acceder a enlaces que se escriban en los textos de las publicaciones. Cabe resaltar la importancia de actualizar constantemente los enlaces de programación mensual e inscripciones a actividades, y eliminar los eventos pasados.

- **Issuu**

Este servicio en línea es propicio para cargar documentos de manera digital, fácil y conservando su calidad. Este perfil, también funciona como una especie de repositorio de documentación digital, que hasta el momento aloja programaciones mensuales y documentos hipermediales (Ruta de Archivos Audiovisuales de Medellín, Memoria Cinemateca 1 y 2).

- **Google Podcast y Spotify**

La cuenta de la Cinemateca en esta plataforma fue creada en el segundo semestre del año 2021 con el fin de alojar las primeras dos temporadas del pódcast Cinemacast y de cargar la tercera temporada realizada también durante este periodo. Es importante mantener en este canal la publicación de las siguientes temporadas de esta estrategia y de otros productos en audio que se vayan a generar en un futuro. La carga de archivos para ambas plataformas se realiza desde Anchor.

Correo electrónico masivo (Boletín periódico)

El boletín de la Cinemateca Municipal pretende llevar a las personas del sector audiovisual y cultural; y a personas interesadas, información sobre programación, actividades destacadas y recomendados en torno al cine y a las artes audiovisuales. Normalmente, el envío de este boletín es mensual e incluye los eventos destacados de ese mes y un enlace a la programación completa. Sin embargo, hay meses en que es necesario realizar un envío a mitad de mes con eventos y actividades de ciudad, articulaciones y alianzas: Muestras y Festivales, talleres de formación, encuentros especializados, ciclos de cine, etc. La plataforma utilizada para este canal de comunicación es **MailerLite**.

Sitio web

La creación del sitio web de la Cinemateca es una idea que se empezó a ver como una necesidad por el equipo de trabajo desde antes de iniciar esta práctica y cobra gran importancia para la consolidación de la información y la conectividad de las actividades con el público. Aunque actualmente la Cinemateca cuenta con una página dentro del sitio web de la Alcaldía de Medellín donde hay información general del programa y fotografías, se considera importante y necesario pensarse un sitio web propio que permita alojar contenidos e información de cada componente y mejorar los procesos para la participación del público en las ofertas del programa.

De manera general, este sitio tendrá información general de la Cinemateca, los componentes (formación, exhibición, archivo) y sus actividades, programación mensual e itinerante, contenido audiovisual enlazado con el canal de Youtube, fotografías, enlace a redes sociales y cajón de suscripción al boletín mensual.

Las tácticas o estrategias de comunicación digital pretenden llegar al público a través de los canales planteados anteriormente. Algunas de estas estrategias ya se estaban desarrollando desde antes, otras se empezaron a implementar a lo largo de la práctica y otras se plantean a partir del proceso de investigación y observación.

Cinemacast

Este podcast, propuesto y desarrollado inicialmente por una practicante del componente de archivo, se ha convertido en un producto de la Cinemateca para hablar sobre diversos temas relacionados con el cine, el archivo y los procesos de ciudad. Actualmente esta estrategia cuenta con tres temporadas cada una con cinco capítulos (la última de ellas fue producida en el marco de esta práctica académica), y se encuentran alojadas en Facebook, Youtube y Spotify. Este proyecto tuvo muy buena acogida durante sus dos primeras temporadas y es por eso que se tenía como propuesta una tercera entrega desde el inicio del año. Luego de la realización de la tercera temporada del podcast, se considera importante establecer su objetivo dentro de la Cinemateca y la manera en que se puede seguir ejecutando. Si bien el objetivo de las dos primeras temporadas fue abordar temas de interés relacionados con el archivo y la historia del cine, se podría reorientar y enfocar sus siguientes temporadas a contar procesos relacionados con las artes audiovisuales de la ciudad con el fin de generar interés sobre estos: proyectos beneficiarios de los estímulos de la Cinemateca, procesos de formación, experiencia de equipamientos de la ciudad, historias y testimonios de personas que han participado de procesos con la Cinemateca, etc. Esta estrategia podría pensarse de manera semestral, cómo máximo, es decir, dos temporadas al año, manteniendo un máximo de cinco capítulos según el tema a tratar y con una duración de máximo 5 minutos cada uno, esto con el fin de que sea un producto concreto y de cómodo consumo para el público. En cuanto al lugar de alojamiento, es de utilidad mantener actualizada la cuenta de Spotify y cargar cada temporada al canal de Youtube, que funciona como repositorio digital de la Cinemateca. Se considera que eventualmente, puede dejar de ser publicado de manera completa en Facebook, y apuntar a unos *promos* o videos cortos para publicitar los nuevos lanzamientos. Igualmente, en Instagram, se puede mantener la publicación de un *reel* tipo *promo* con un fragmento a destacar de cada capítulo como se realizó con la tercera temporada.

Estrategias y sugerencias en la comunicación para redes sociales

- Las imágenes que sean usadas en **Instagram** y **Facebook**, deben apuntar al uso de fotografías, fotogramas o detrás de cámaras de películas, videos, *promos*, etc. También es importante replantear la línea gráfica actual, para que las piezas tengan menos texto y más información visual, y para algunos eventos, se pueden usar dos imágenes (tipo carrusel) con secuencia de información (ejemplo BPP). En cuanto al lenguaje, seguirá siendo incluyente y cercano permitiendo el uso de emoticones.
- Como se mencionó anteriormente, es importante definir de manera general el contenido a publicar en cada una de las redes y a partir de esto, poder hacer frente a los flujos de contenido. Se podría estudiar la posibilidad de realizar las transmisiones en vivo por **Youtube**, teniendo en cuenta que es el repositorio virtual de los eventos, por lo que sería más práctico. Para esto, es necesario ejecutar un plan para que el público siga el canal de Youtube y esté al tanto de los eventos. Igualmente, considerando que ya hay un público consolidado y atento a este tipo de eventos, sería ideal mantener la creación de los eventos en Facebook y allí enlazar la transmisión en Youtube. Actualmente, el proceso es descargar el video en vivo de Facebook después de que finaliza y cargarlo a Youtube.
- Tanto para **Facebook** como para **Instagram**, debe incluirse dentro del presupuesto del componente, un rubro para la pauta de eventos destacados durante el año. También se podría generar una pauta en el primer semestre del año que invite a estar pendiente de la programación mensual y a la suscripción al boletín.
- Para **Instagram** se sugiere continuar con la creación de contenidos para la herramienta *Reels* (videos cortos de máximo 60 segundos) en donde se pueda contar al público de manera fresca y dinámica procesos de exhibición y formación que pueden contener testimonios cortos de las personas participantes, el material disponible en el Centro de Documentación de la Cinemateca y promocionar los capítulos de Cinemacast con un fragmento destacado que genere curiosidad.

Igualmente, continuar produciendo y publicando las cápsulas *Historias Cinemateca*, una estrategia pensada para contar los procesos que la Cinemateca ofrece a la ciudadanía, desde los testimonios y la perspectiva de personas que han hecho parte de estos: talleristas, personas realizadoras, participantes de los procesos y beneficiarios de estímulos.

- Para **Youtube**, se debe realizar una campaña que invite a las personas a suscribirse al canal, teniendo en cuenta que este funciona como repositorio digital de los eventos tanto presenciales como virtuales. En este canal es importante mantener actualizados y organizados los videos en listas de reproducción con la descripción del evento (tema, personas invitadas, fecha), con el fin de facilitar la búsqueda de información tanto por parte del público como del equipo del programa.

Tener los videos alojados en este canal también permitirá enlazarlos en el boletín mensual y en publicaciones en Facebook, así, las personas podrán volver a revivir estos eventos o conocerlos, quienes no tuvieron la oportunidad de participar de ellos.

Estrategias e información para el sitio web

El sitio web de la Cinemateca debe apuntar a ser fresco y fácil de navegar para el público, con información sobre la oferta de exhibición, formación y archivo, así como eventos aliados relacionados con el cine y las artes audiovisuales de la ciudad. A continuación se describirán los menús principales del sitio web de la Cinemateca Municipal, teniendo en cuenta que este es un esbozo inicial para una posterior revisión.

- **Información general**

En este menú estará consignada la información general de la Cinemateca, sus objetivos, componentes que permiten llevar toda la oferta a la ciudadanía e iniciativas con entidades aliadas que permiten una Cinemateca Itinerante en la Ciudad. En este texto descriptivo se enlazará a sitios externos que sean mencionados (Alcaldía de Medellín, Comisión Fílmica, equipamientos de la ciudad) y también a las páginas de los otros menús internos del sitio web. Aquí también habrá fotografías destacadas de distintos procesos y actividades del programa.

- **Menú Formación**

Habrà una descripción de los procesos que hacen parte de este componente (talleres, clases maestras, laboratorios), un video destacado de alguna de las conversaciones de “Cita con los directores antioqueños” que será actualizado constantemente y un listado de los talleres que se encuentran en inscripciones enlazados al respectivo formulario. También deberá tener un botón que permita llevar a todas las conversaciones alojadas en Youtube.

En este menú habrá un apartado para aquellas personas que quieran proponer a la Cinemateca un taller o laboratorio para la ciudad. Este apartado llevará a una página distinta dentro del sitio con una breve descripción, unos requisitos básicos para aplicar y un archivo para descargar con un formato base de propuesta.

- **Menú Exhibición**

El enfoque de este menú será visibilizar los procesos de exhibición por toda la ciudad a través de los equipamientos. Habrá una breve descripción de este componente y una programación que será actualizada mensualmente donde se detallen las proyecciones que se realizarán por toda la ciudad. Adicional, también habrá una sección con fotografías y un texto que hable sobre “Cine por la Vida”, la iniciativa en alianza con el Despacho de la Gestora Social, la Secretaría de la No Violencia y la Subsecretaría de Ciudadanía Cultural que se realiza en distintos centros de atención.

En cuanto al catálogo, habrá un enunciado con un texto descriptivo que lleve a una página distinta dentro del sitio que permita realizar la búsqueda de contenido audiovisual por nombre director(a), año, temática y género. Cada película tendrá la información completa de la película, incluyendo el tráiler y algunas imágenes de la película. También se especificará qué películas están disponibles para ver en línea ya sea porque hacen parte de un ciclo virtual o porque hay un contrato con el equipo productor de la película por una cantidad específica de proyecciones. Tanto en la página principal del menú de exhibición como en el del catálogo, habrá un apartado que invite a personas parte de grupos de educación, investigación, apreciación, etc, (colegios, cine clubes, grupos de investigación) a solicitar una o varias películas que nutran sus procesos. Este apartado tendrá una serie de requisitos y un formato para realizar la solicitud.

- **Menú de Archivo Centro de Documentación**

Este menú contendrá información del material de archivo que tiene la Cinemateca en su Centro de Documentación. Buscará acercar al público a los procesos de formación y exhibición relacionados con archivo y generar interés en la consulta presencial de documentos, fotografías y videos disponibles. Habrá un catálogo similar al del componente de Exhibición con el inventario completo del archivo de la Cinemateca con información básica del material: a qué archivo pertenece, de qué año es, en qué año fue recuperado, duración/cantidad, de qué

persona, familia o entidad son los derechos patrimoniales y qué tipo de consulta se puede realizar (interna/externa, parcial/total).

Adicional a esto, se elegirán unos archivos destacados y se hablará de ellos de forma más amplia a través de videos cortos, fotografías digitalizadas del material en físico y textos cortos que inviten de manera cercana a consultarlos. En esta página también estará la posibilidad de enviar solicitudes de consulta y preguntas.

Contacto

Si bien en la parte superior de todas las páginas estarán los íconos de las redes sociales Instagram, Facebook y Youtube que llevarán al perfil o canal de cada una, es importante tener un menú con información de la oficina administrativa, y el contacto virtual (correo electrónico y redes sociales).

Cibergrafía

Alcaldía de Medellín. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://eefe69541dc44cb9a768b88660873e9>

Cinematoteca de Bogotá. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://cinematecadebogota.gov.co/>

Cinematoteca del Caribe. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://cinematecadelcaribe.com/>

Centro Cultural La Moneda. Cineteca Nacional de Chile. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de: <https://www.cclm.cl/cineteca-nacional-de-chile/>

Cinematoteca Municipal de Medellín. [@cinematecamunicipal]. Instagram.

<https://www.instagram.com/cinematecamunicipal/>

Cinematoteca Municipal de Medellín. [@cinematecamunicipal]. Facebook.

<https://www.facebook.com/CinematecaMunicipal/>

Cineteca Nacional de México. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://www.cinetecanacional.net/>

Cinematoteca Nacional de Ecuador. Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://cinematecanacionalcce.com.>

Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://patrimoniofilmico.org.co/>

Laboratorio de Fuentes Históricas. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://cienciashumanasyeconomicas.medellin.unal.edu.co/laboratorios/fuentes-historicas/>

Museo La Tertulia. [Sitio web] Recuperado Noviembre 2021, de:

<https://museolatertulia.com/cinemateca/>