

Anexo 2

Plan de negocios y divulgación del sitio web

“To Monster”

Laura Cristina Gil Posada

Universidad De Antioquia

Facultad De Comunicaciones

Comunicación Audiovisual Y Multimedial

Investigación

Medellín

2022

Ficha Técnica

- Género: Drama
- Formato: Web interactiva
- Duración: 3-4 min x capítulo
- Público: Adultos, jóvenes que tengan interés en el formato epistolar, con interés en las experiencias web y que posean gustos afines con historias dramáticas basadas en hechos reales, la animación y su formato de narración.
- Equipo: Web show runner- UX, asistencia dirección, Producción, Guion, Desarrollo web, Animación e ilustración, y Sonido.
- Resultados esperados: Diseño de la experiencia del usuario, del proyecto web To Monster

Storyline

Cuando creí que estaba sola, me di cuenta de que éramos la mayoría. Espacios diferentes, personas diferentes, el mismo monstruo y el mismo abismo. El monstruo no es monstruo hasta que se revela su historia, así que lo único que queda es empezar a contar y exponer su rostro, para evitar la propagación del virus del abuso sexual infantil.

Sinopsis Corta

“Aquel que lucha con monstruos debe cuidarse de no convertirse en un monstruo en el proceso, Y si te quedas contemplando un abismo el tiempo suficiente, el abismo contemplará tu interior” (Nietzsche, 2009, p 114).

Los abusadores se toman la palabra, la tergiversan, la disfrazan como amor y manipulan: atacan, dañan e implantan miedos que buscan salir del mismo modo. Hablar es sanar: es la decisión de tres personas protagonistas al contar al mundo sus experiencias de abuso sexual cuando eran tan solo unos niños; buscando nada más que una salida del círculo vicioso que genera ser víctima para convertirse en victimario.

	Windows 10			
Creación diseño de experiencia de usuario	Informe final con propuesta	\$500.000	Una vez al año	\$500.000
Asesorías	Asesorías externas sobre el proyecto	\$1.500.000	2	\$3.000.000
			TOTAL	\$25.700.000

Plan De Divulgación - Públicos

Para la primera etapa, se tienen concebidas distintas plataformas y redes sociales, con intereses concretos, con la finalidad expandir la difusión del sitio web que sustenta el proyecto. Todas ellas serán enunciadas a continuación:

-Fan-page en Facebook con el nombre del sitio web: To Monster, la cual empezará a mover una campaña de expectativa alrededor de la ficción del proyecto a partir de la penúltima semana antes del lanzamiento del sitio web con primera historia. Los contenidos que se manejan en Facebook estarán ligados a la ficción de carácter poético y epistolar de nuestras historias, las cuales pretenden abrazar un público cuyos gustos sean afines a la poesía, la animación, el drama y la novela negra. Para esto, se van a manejar pequeñas piezas publicitarias animadas, aparte de los guiones, las historias o las cartas de nuestros protagonistas. La finalidad es crear un vínculo con el público y mantener el vínculo entre cada uno de ellos, los personajes y la ficción que plantea el proyecto, más allá de su razón social con el tema de abuso sexual infantil, es crear comunidad.

-*Blog de fotografías en instagram* en el que se albergarán los fondos, las ilustraciones, portadas, ilustraciones, gif y clip corto que comprendan o contribuyan con la estética del sitio web.

-*Twitter* Servirá para enlazar la investigación al proyecto, también para compartir noticias y eventos públicos en torno al proyecto y su temática.

-*Youtube* será el portal que albergará todas las historias montadas en formato de videoclip, sin contar con el plus de interactividad presente en el sitio web. También contaría con pequeños clips documentales que cuentan sobre la realización del proyecto.

-*Gmail* Será el medio para enviar las cartas de los protagonistas de las historias y darlas a conocer de manera masiva. Se enviarán cadenas de mails con fragmentos de las cartas de los protagonistas, buscando expectativa e interés en el público. Los correos estarán personalizados con la ayuda de mailchimp, de manera que se comporten con la estética y funcionalidad del proyecto. El correo electrónico servirá para labores de producción, tales como mantener contacto con los socios del proyecto y con la audiencia en general que desee escribirle al proyecto, contarle historias o simplemente tener contacto con los creadores.

-Se contempla también la creación de un perfil en *SoundCloud* para albergar los contenidos de audio, como los paisajes sonoros, las narraciones orales y eventualmente la música que identifique el proyecto.

Convocatorias

Teniendo en cuenta la especificidad de oferta de festivales y convocatorias para realizaciones de web interactiva, las potenciales aplicaciones se enviarían a:

-*Awwwards*: Portal web dedicado a la premiación de desarrollos web valorando de 1 a 10 su diseño, creatividad, contenido y usabilidad.

-*MAV*, mujeres en las artes visuales internacionales: Esta organización española hace un reconocimiento a la labor de las mujeres en el ámbito de las artes visuales, y dedica un premio en especial para mujeres con trabajos visuales destacados en el mundo.

-*w3 awards*: Los premios W³ son considerados los premios más grandes de la web y reconoce la excelencia en desarrollo y contenido web. Sus jurados hacen parte de la International Academy of the Visual Arts

-*CSS design awards*: Enfocados en premiar el uso de estilos, la UX y la UI en sitios web.

-*Webby awards*: Estos reconocidos premios del sector audiovisual, reconoce los mejores sitios web del mundo en diferentes categorías