

ESCUELA CREATIVA ALTERNATIVA

Plan de acción



TAREAS



- Crear los retos / creación de historia Eunice 11 am
- Creación marca Cel 1pm
- Diseñar la campaña Juliana 2 pm
- Prototipo de la campaña en redes sociales 6 pm Todos
- Buscar cuáles serían los patrocinadores Andres y Gustavo 7pm
- Presupuesto Gustavo 7pm
- Creación documento Diana (a traves del día)



Somos un **servicio** que tiene como **objetivo** priorizar el arte en procesos sociales, en pro de su visualización, en comunidades vulnerables o de escasos recursos en un plazo de 6 meses



Concepto

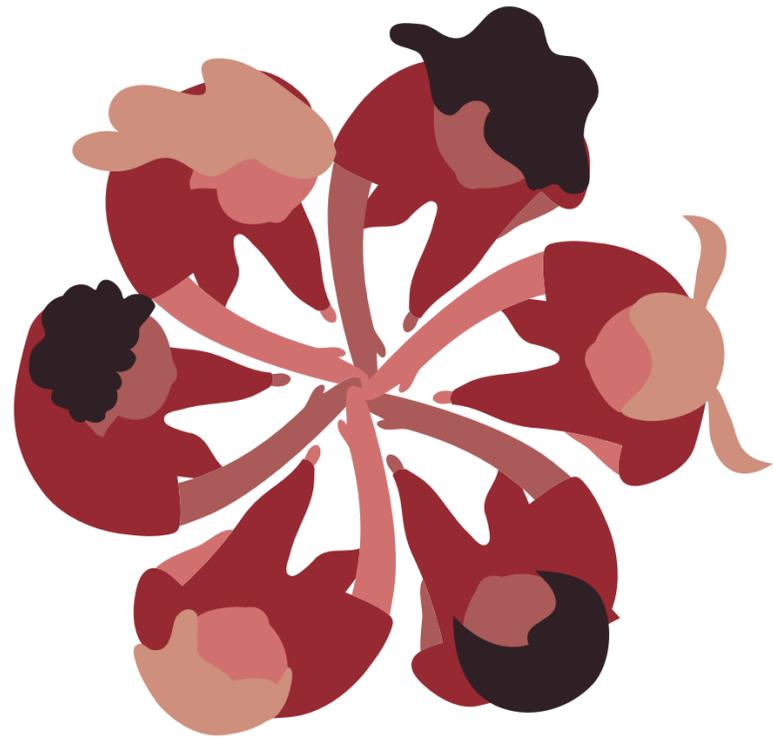
Resocialización por medio del impacto artístico colectivo



Estrategia del proyecto

Generar una serie de retos a los "nuevos artistas" y que al unirlos se construye al final un cadáver exquisito expuesto en una galería de impactos artísticos para mostrar el trabajo realizado

SOBRE NOSOTROS



IMPACTO ESPERADO

El proyecto gira en torno a la replicación del conocimiento adquirido; por medio de mentores (los creativos) buscamos enseñar a los beneficiarios (poblaciones vulnerables) por medio de retos y su seguimiento a involucrarse al mundo artístico y creativo. Creando así un gran colectivo de beneficiarios que a su vez tienen como objetivo convertirse en mentores en sus comunidad y la sociedad donde se desenvuelven, de esta manera logramos un resultado integral del proyecto y un mayor impacto que a su vez es autosostenible.



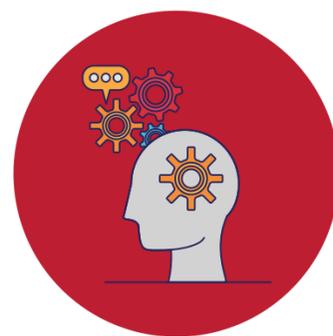
FORTALEZAS PROYECTO

A partir de la coyuntura ocasionada por COVID-19 que afecta directamente a la industria creativa latinoamericana, decidimos generar un proyecto basado en retos de carácter artístico dirigido a jóvenes de población vulnerable o de escasos recursos donde el premio será brindar un asesoría con un mentor destacado del sector que ayude a impulsar su contenido y mejore la calidad de vida del ganador o ganadores en su entorno social. Teniendo en cuenta esto debemos definir a qué población sector de la población latinoamericana atacara. La adolescencia o juventud son un periodo donde la persona se enfrenta o busca introducirse en campos de la sociedad que complementen su desarrollo creativo, político y cultural (UNICEF, 2010). Por lo tanto nuestro proyecto está enfocado en impulsar a esta población en búsqueda de oportunidades e identidad con retos artísticos distribuidos por redes sociales.

"Sin embargo, para muchos y muchas, ser adolescente o joven en América Latina y el Caribe (ALC) significa también tener que afrontar obstáculos asociados a la pobreza, la falta de oportunidades o la ausencia de redes y entornos protectores que puedan garantizar un desarrollo saludable".(UNICEF, 2010)



Poblaciones vulnerables
con acceso a internet

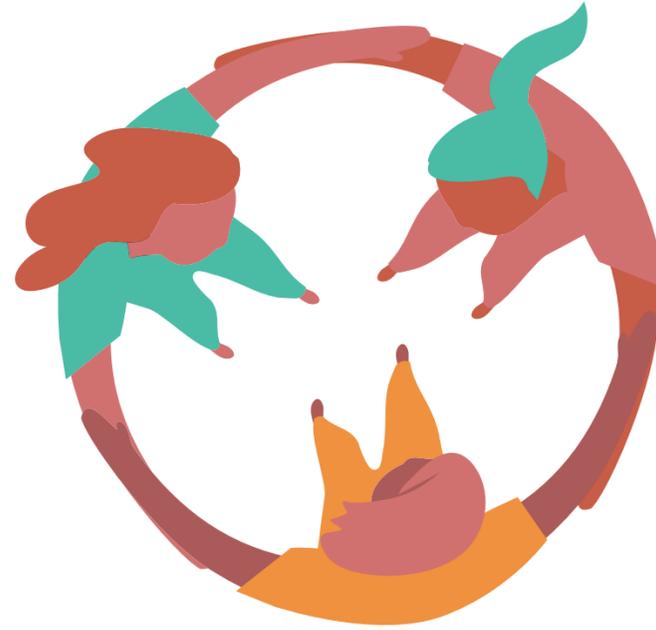


Creativos mentores



Patrocinadores
con labor social
Instituciones y Educación

POBLACIONES CON LAS QUE TRABAJAMOS



FOCALIZACIÓN

Para focalizar puntualmente nuestro target nos enfocaremos en adolescentes o jóvenes en situaciones no favorables de carácter social y económico. Nuestros aliados en toda latinoamérica serán organizaciones gubernamentales que trabajen directamente con este tipo de población y de los cuales tengamos autorización para acercarnos y utilizar sus bases de datos de contacto.

POSIBLES ALIADOS

- Ministerio de las TIC: Acceso a internet y redes de radio o televisión para tener mayor impacto en la propuesta
- Ministerio de Cultura
- Secretaria de integración social
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)
- Policía Nacional Ejercito Nacional
- ONGs que trabajen con esta población
- Colectivos artísticos locales
- Líderes sociales

Nota: estas son organizaciones colombianas, pueden que cambien su nombre o enfoque en el resto de países pero impactan de igual manera a estos tipos de poblaciones



CONVENIOS

Se harán convenios con universidades en donde parte de las horas invertidas como mentor sean validadas como prácticas, con esta mentoría de calidad a jóvenes en comunidades vulnerables se logrará combatir el problema de la división cultural y se logrará que el arte sea más inclusivo en su entorno.

PATROCINIO

Patrocinio de empresas interesadas en tener su imagen asociada a un proyecto social . Ejemplos

Fundación Mario Santo Domingo / Fundación Éxito / Fundación Corona / www.fundacionbolivardavivienda.org / BBVA / Postobón / Colsubsidio / Grupo Santodomingo / Tutto



DINÁMICA ESTRATEGIA

1) Lanzamiento del reto

2) Videos de capacitación con diferentes técnicas artísticas a manera de apoyo a la realización de los retos, los cuales van a ser elaborados por voluntarios expertos del tema.

3) Votación para elegir el ganador del reto

4) Para el ganador del reto, nosotros como equipo gestionaremos una mentoría como recompensa, que durará 1 mes con un capacitador (artista mentor), el cual va a ser remunerado

5) Cada 3 semanas se lanza 1 reto, son 4 retos para armar un cadáver exquisito

6) Al tener armado el cadáver exquisito se monta en una galería virtual para exponer el trabajo realizado

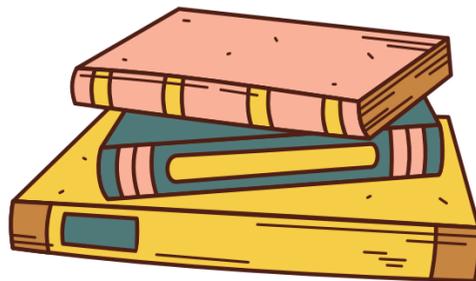
PLAN DE EJECUCIÓN PROYECTO

Tareas del proyecto	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7								
	S1	S2	S3	S4																													
Alianzas	■	■	■	■																													
Preparación		■																															
Lanzamiento			■	■																													
Convocatoria CE1R1 y recepción de propuestas				■	■																												
Votación CE1R1						■																											
Convocatoria CE1R2 y recepción de propuestas							■	■																									
Votación CE1R2									■																								
Convocatoria CE1R3 y recepción de propuestas										■	■																						
Votación CE1R3												■																					
Convocatoria CE1R4 y recepción de propuestas												■	■																				
Votación CE1R4														■																			
Creación del Cadáver Exquisito 1															■																		
Publicación del Cadáver Exquisito 1 en la galería virtual																■	■																
Convocatoria CE2R1 y recepción de propuestas																■	■																
Votación CE2R1																		■															
Convocatoria CE2R2 y recepción de propuestas																		■	■														
Votación CE2R2																				■													
Convocatoria CE2R3 y recepción de propuestas																				■	■												
Votación CE2R3																					■	■											
Creación del Cadáver Exquisito 2																						■											
Publicación del Cadáver Exquisito 2 en la galería virtual																								■									
Presentación de resultados finales e impacto Fase 1																										■							



- La historia solo la saben los gestores y funciona como esqueleto (tener una guía de lo que se armará al final)
- Se seleccionan partes de la historia para que sean los retos a plantear

HISTORIA (ESQUELETO CADAVER EXQUISITO)



Harto de la situación que se estaba viviendo en su país, **PERSONAJE** descubre un aparato olvidado en **LUGAR (FÍSICO)** que resulta ser una máquina del tiempo que le permite viajar físicamente a cualquier otro momento, sin dudarlo la toma y la esconde en su cuarto. Mientras sus amigos y familiares se encuentran reunidos en su casa, **PERSONAJE** no aparece por ningún lado, a pesar de que no había muchos lugares a los cuales ir a esa hora. Después de alrededor de una hora de estarlo buscando, sus amigos lo ven salir de su cuarto en un estado bastante alterado. **PERSONAJE**, sorprendido por lo que acababa de vivir, les empieza a contar cómo viajó a través del tiempo a **ÉPOCA (PASADA o FUTURA)**, descubriendo un sinfín de cosas que lo dejarán sorprendido. Lejos de encontrar una sociedad establecida, se encuentra con que años antes existió una **CATÁSTROFE** que cambió por completo la manera de vida como se conocía. Tras adentrarse en explorar sus alrededores en esa época termina por sentirse **SENTIMIENTO** y decide regresar a su época. Al terminar el relato a sus amigos y familiares, todos creen que se ha vuelto loco por la situación. El único que le cree es su hermano menor quien lo ve partir esa misma noche nuevamente y nunca más volver. Siempre se quedará con la duda de si **PERSONAJE** decidió regresar

**INSPIRACIÓN EN LA HISTORIA "LA MÁQUINA DEL TIEMPO"
HERBERT GEORGE WELLS**

RETOS

- Los retos se lanzan cada dos semanas, la primera semana se hace la campaña del reto y se hace la o las capacitaciones de técnicas artísticas, la segunda semana se hace la votación del ganador del reto por medio de eliminatorias.
- LOS PARTICIPANTES NO SABEN QUE AL FINAL EXISTIRÁ UN CADÁVER EXQUISITO, SERÁ SORPRESA.
- Cada dos meses de retos se crea un cadáver exquisito usando el esqueleto establecido



RETOS

- Personaje
- Lugar (físico)
- Época
- Sentimiento



Gráficos de **Proyecto** |

CREACIÓN MARCA

Reparte arte y comparte

Logo |



Versión Monocroma |



CAMPAÑA DIGITAL

OBJETIVO

Generar un impacto del 70% del target definido.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Establecer un 30% de alcance en un periodo de 2 meses

Identificar qué porcentaje de los usuarios son “artistas nuevos” y “mentores” en un periodo de 4 meses

Registrar cuántos “artistas nuevos” han recibido apoyo de la comunidad, de los mentores y de patrocinadores.



TARGET

Hombres, mujeres, niños y niñas jóvenes de 18 años de edad en adelante, de estratos socioeconómicos bajo, medio y alto, desempleados y empleados con ingresos económicos SMMLV hasta 2 SMMLV, ubicados en Latinoamérica.

Personas con intereses o conocimientos afines al arte, música, teatro, pintura, fotografía, dibujo, diseño, entre otros. Estilo de vida sencillo, en su mayoría son personas informadas política y socialmente, les gusta pasar tiempo en redes sociales como instagram, facebook, twitter y youtube, les interesa el medio ambiente y una vida sana.



BUYER PERSON

Camila es una chica de 20 años de edad, vive en una zona de estrato bajo en la ciudad de Cali-Colombia, es estudiante de artes escénicas en una universidad pública. Vive con su madre y hermanos, le gusta compartir tiempo con su familia y amigos, el deporte, las películas y los animales. Usa redes sociales como instagram, facebook, twitter y youtube, se sigue cuentas de memes, política y cultura, sus objetivos es terminar su carrera y ejercerla fuera del país y darles una mejor vida a sus padres y hermanos. Sus retos son la situación económica de su familia y de su país.



ESTRATEGIA

Se desarrollará una estrategia de Social Media.

Se llevará a cabo la creación de contenido gráfico y audiovisual por parte de los usuarios para compartir, escuchar, recibir feedback y ayudar a las personas vulnerables o de escasos recursos quienes serán los “nuevos artistas”, impulsado de esta manera su contenido artístico y creativo en plataformas virtuales y sociales con apoyo de los artistas que deseen enseñar llamados “Mentores”

Los usuarios tendrán que desarrollar una serie de retos a los “nuevos artistas” que al unirlos se construye un cadáver exquisito, este será expuesto en una galería virtual de impactos artísticos para mostrar el trabajo realizado

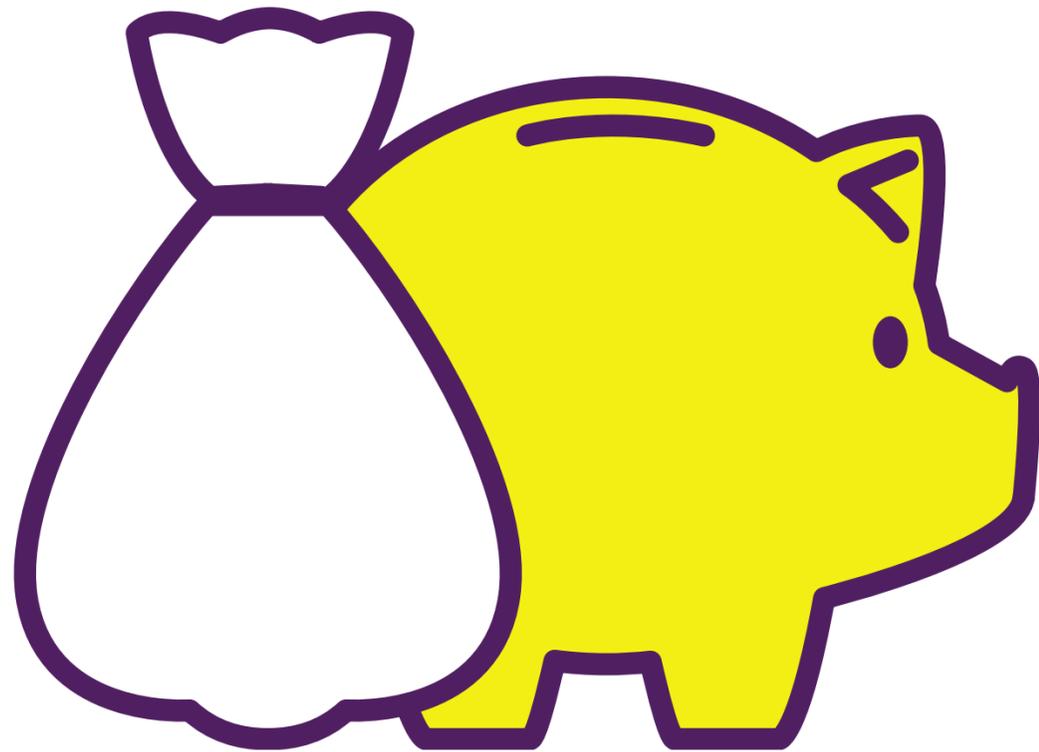


El contenido publicado podrá ser visto por otras personas o entidades que deseen apoyar a los usuarios creadores de estos contenidos, de esta manera impulsando sus talentos y oficios y generando un cambio cultural en un determinado contexto social

Se realizarán pautas publicitarias con influencers del entorno, se harán pagos a redes sociales como instagram, facebook, tik-tok y youtube para la promoción del producto y del objetivo social, posicionamiento SEO por medio de pautas pagas a buscadores y otras plataformas para aumentar la posibilidad de alcances esperados.



COSTOS A CONSIDERAR



- Pautas con influencers
- Pautas publicitarias en redes sociales (instagram, facebook, twitter, tik-tok,, youtube)
- Posicionamiento SEO en motores de búsqueda
- Pago a los mentores
- Dominio y hosting

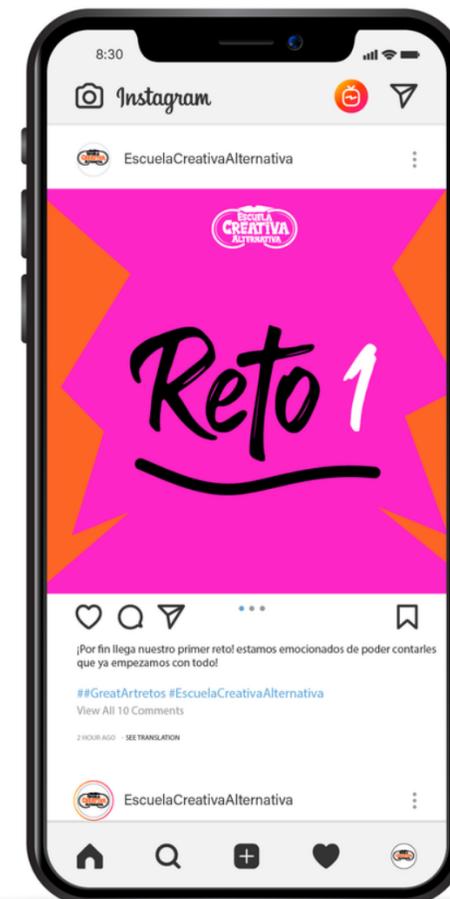
PROTOTIPO de la campaña en redes sociales

Imágenes **Conceptuales**



La convocatoria está abierta para apoyar a jóvenes talentosos que han tenido pocas oportunidades para desarrollar sus talentos, buscando potencializar sus capacidades.

Imágenes **Conceptuales**



Se lanzarán retos para los artistas en comunidades vulnerables o de escasos recursos para que participen enviándonos sus obras.

PROTOTIPO de la campaña en redes sociales

Imágenes Conceptuales



Pueden participar de cualquier disciplina y utilizando cualquier técnica, siempre y cuando cumplan con lo solicitado en el reto.

1

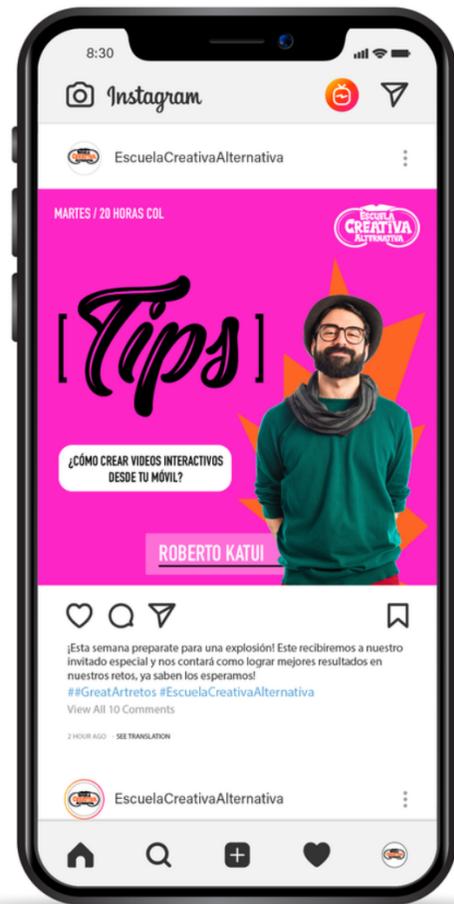
Imágenes Conceptuales



El ganador de la dinámica será acreedor a una mentoría online sobre diversos temas de interés, la cual será otorgada por un artista profesional con experiencia que será aliado del proyecto

PROTOTIPO de la campaña en redes sociales

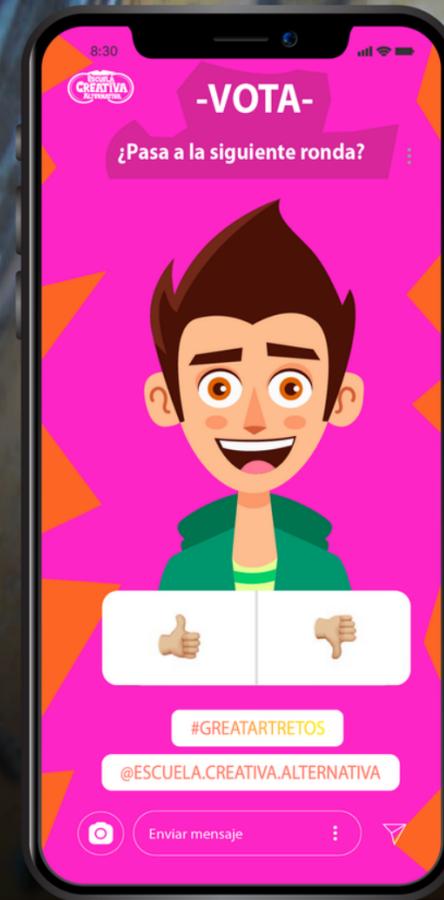
Imágenes Conceptuales



2

Se darán tips de técnicas creativas o artísticas de diversas disciplinas. También se realizarán videos cortos de capacitación para enriquecimiento de las habilidades de la comunidad

Imágenes Conceptuales

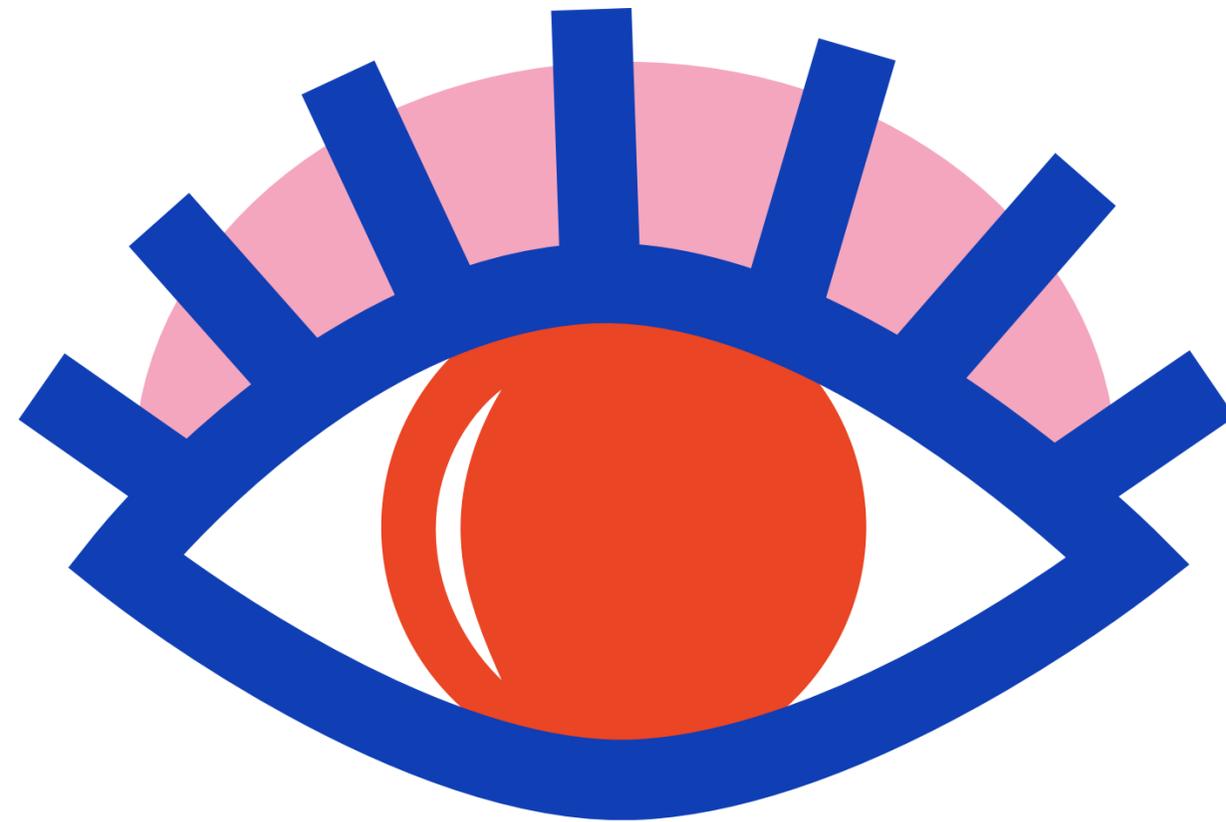


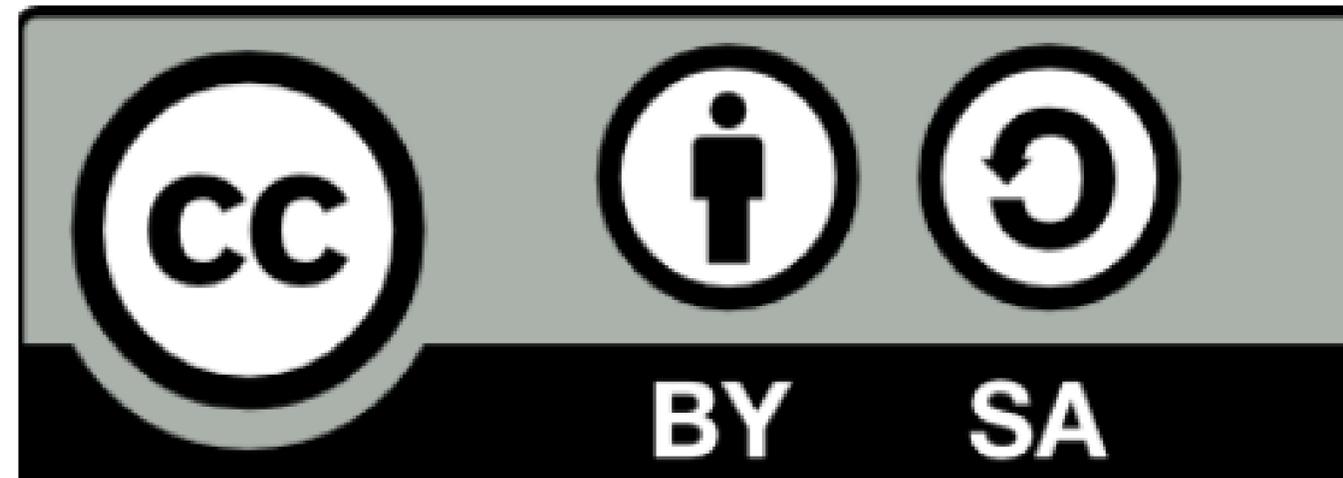
La comunidad podrá votar por sus propuestas favoritas y, al final, se elegirá al ganador del reto que obtenga más votos como ganador de la mentoría especializada.

1

CREDITOS

1. Fotografías de Sylvia B. Zárate
2. “image: Freepik.com”. This mockup has been designed using resources from Freepik.com
3. Canva





Atribución – Compartir igual: Esta licencia permite a otros remezclar, retocar, y crear a partir de tu obra, incluso con fines comerciales, siempre y cuando te den crédito y licencien sus nuevas creaciones bajo las mismas condiciones

CREADOR POR

Celso Hernández (cel.hernandez.r@icloud.com)

Eunice Araujo (euniice.araujo@gmail.com)

Gustavo Camargo G (Gustavocamargogutierrez@gmail.com)

Juliana Andrea Quintana (qjulic05@gmail.com)

Sylvia B. Zárate (caudalimages44@gmail.com)

Mario Quintero (mquinterol@unbosque.edu.co)

Andrés Álvarez (altvarez@gmail.com)

Diana Catalina Herrera (diana.kata.97@gmail.com)

