

Inflexión

Por:





FRANCISCO BLANCO
*Dirección de
cámaras*



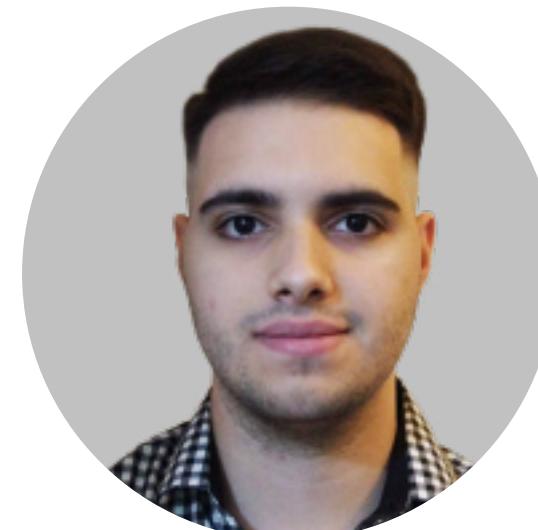
VALENTÍN G. ITURBE
*Asistente de
dirección y guión*



MATEO KELLER
*Guión y
diseño*



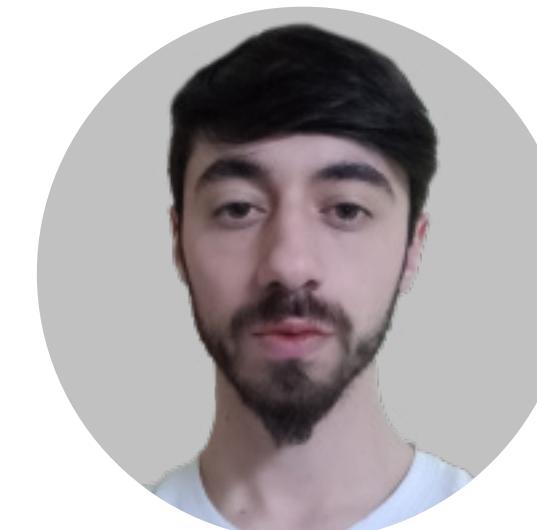
LUCIANA DEL PERCIO
Directora de Medios



JEUEL TRAD
*Dirección
y Sonido*



ALEX TRAVERSO
*Dirección
de Arte*



EZEQUIEL VARAS
*Producción
y Montaje*

POSTERS



Publicación de Instagram



A 4



Story

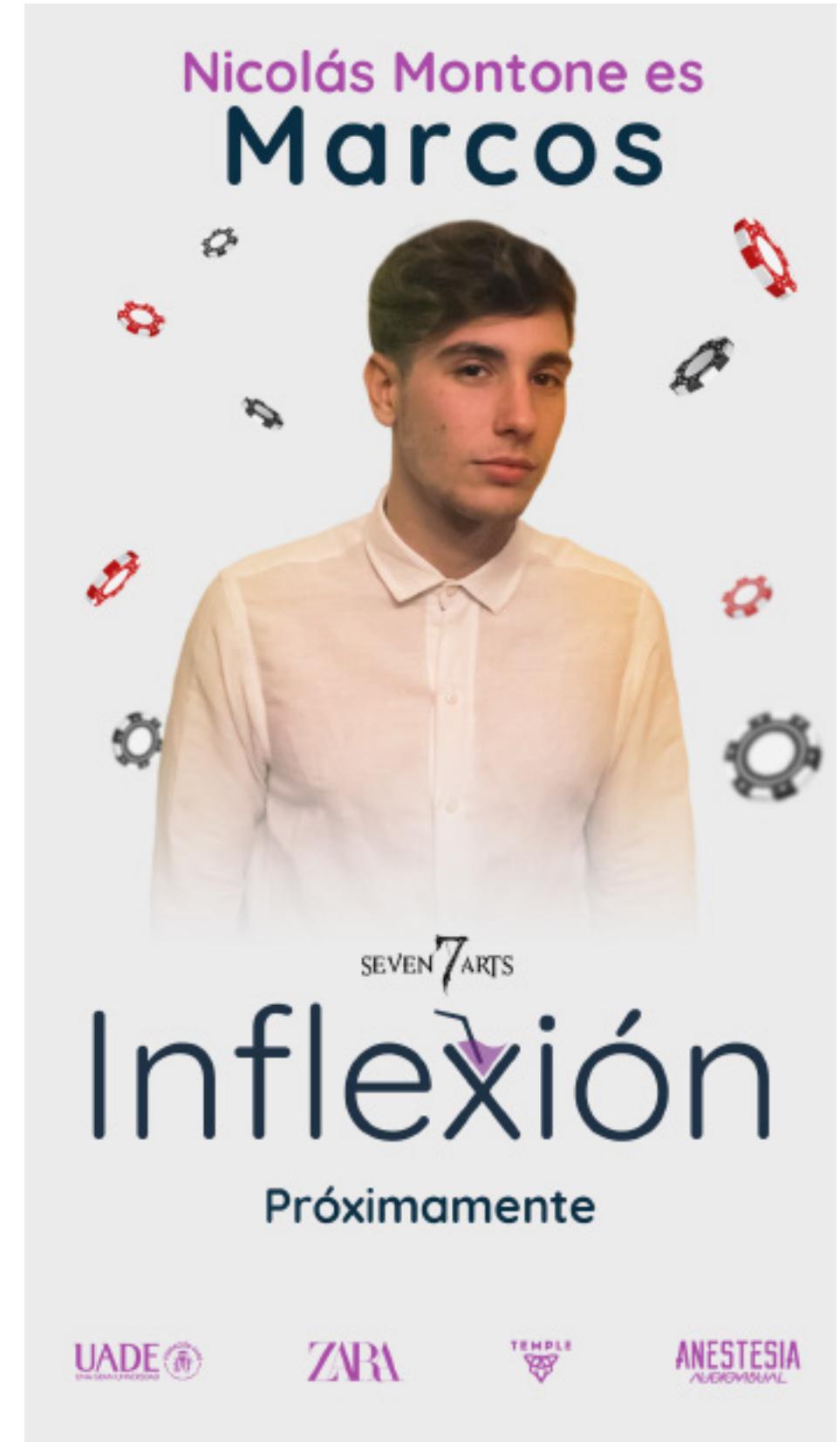
POSTERS INDIVIDUALES: MARCOS



Publicación de Instagram



A4



Story

POSTERS INDIVIDUALES: AGUSTÍN



Publicación de Instagram



A4



Story

VIDEOS PROMOCIONALES

SEVEN ARTS
presenta:

Inflexión

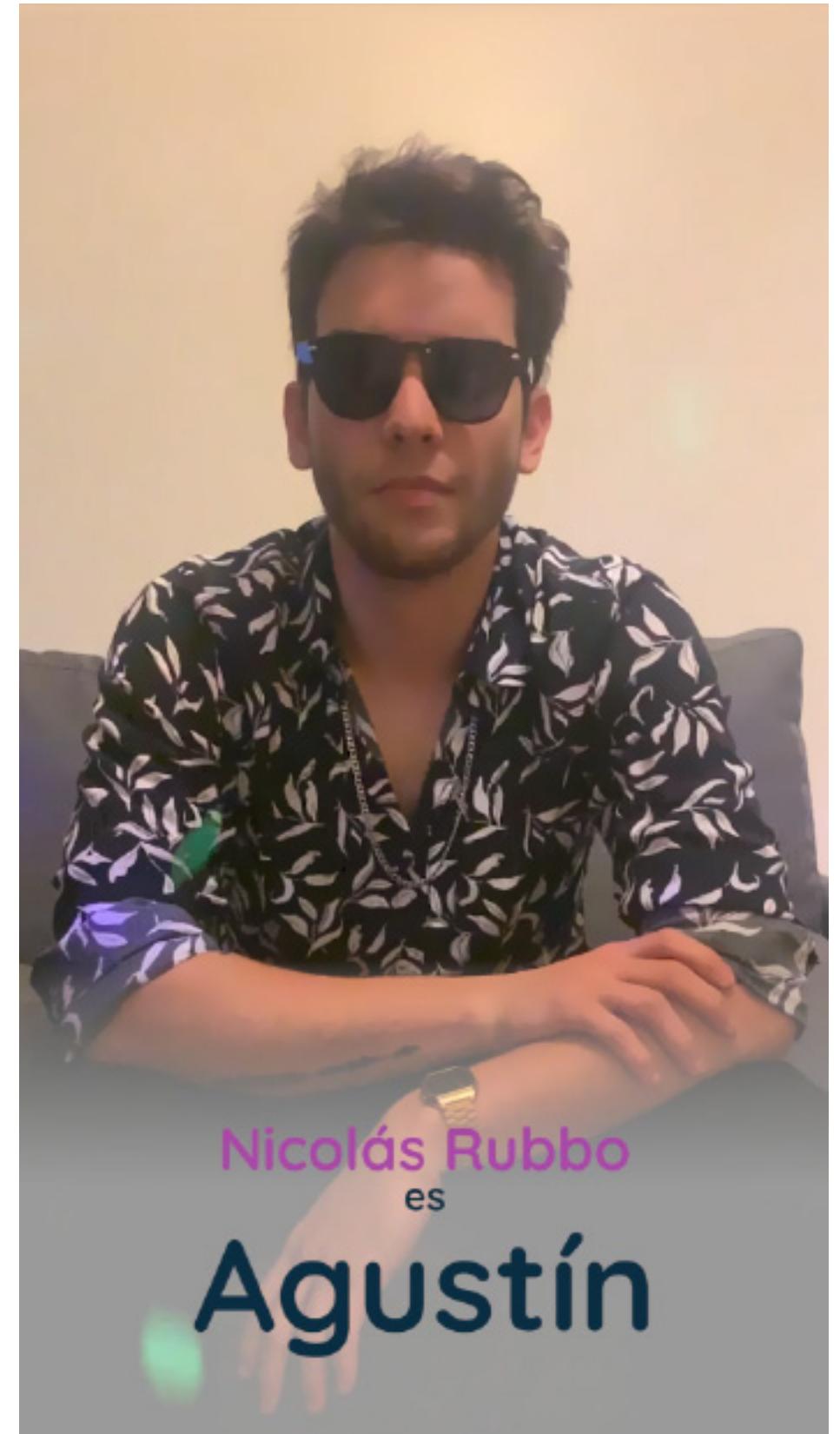
La diversión puede salirte cara

Próximamente
un nuevo corto verá la luz

Teaser del Logo



Presentación de Marcos



Presentación de Agustín

Inflexión

PATROCINADORES

Para el financiamiento de nuestro proyecto contamos con el apoyo de algunas empresas, las cuales nos brindan herramientas para reforzar diversas áreas a cambio de publicidad en forma de agradecimiento. Entre estas contamos con:

ANESTESIA AUDIOVISUAL



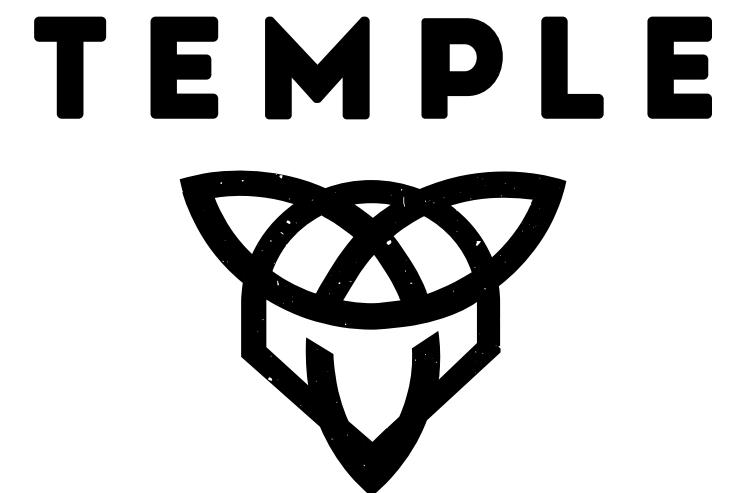
Nos brindaron herramientas para llevar a cabo el proyecto, brindando herramientas para el área audiovisual, tales como cámaras, luces y micrófonos.

ZARA



Se inclinaron por el área de la vestimenta, brindándonos todos los conjuntos que utilizamos a lo largo de todo el film.

TEMPLE



Temple nos proporcionó su local para realizar las grabaciones.

CANALES PUBLICITARIOS

Los canales que están interesados con nuestro film serán Youtube e Instagram. Se subirá el film a las distintas plataformas luego de finalizar el tour por los diferentes festivales.

Youtube



Se subirá el film para que lo vean aquellas personas que quieren volver a verlo.

Instagram



Durante el estreno se realizará un vivo con el director y el elenco charlando y respondiendo preguntas del público. Además se resubirá a el apartado de IGTV luego de que finalice el tour por los festivales.

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN - FESTIVALES

Luego de publicitar nuestro trailer y teaser por las redes sociales, para entusiasmar, y captar la atención de nuestros espectadores, planificamos un recorrido por festivales internacionales siguiendo nuestro calendario.

Como primer festival lo presentaremos en el famoso festival internacional de cine de Mar del Plata, para la sección a mejor cortometraje, en donde tienen como jurados a la gente de CINE.AR como también del Fondo Nacional de las Artes.

Como segundo festival decidimos presentarlo en el festival de Venecia. Otro festival reconocido por el FIAPF, que presenta su 79^a edición el 28 de noviembre del 2021, donde también competiremos para la sección de mejor cortometraje.



CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN - FESTIVALES

Los requisitos para ambos festivales son de tener por lo menos 2 capítulos filmados, y que esten listos para ser proyectados en el festival. La categoría indica que la duración debe ser de entre 15 segundos a 20 minutos por capítulo.

También tuvimos que proveer subtítulos, para que el cortometraje pueda ser proyectado en el festival de Venecia.

Decidimos elegir estos festival ya que ambos son reconocidos como festivales de categoría “A”, por la federación internacional de asociaciones de productores cinematográficos(FIAPF), al igual que otros festivales super famosos como el de Berlin, Canes, etc.



CAMPAÑA DE MARKETING

SEGMENTO:

La campaña de comunicación es dirigida para personas jóvenes y adultas con un rango de edad que va desde los 16 hasta los 40 años. Personas que quieran pasar un buen rato, les gusta el cine, y la evolución de los personajes. Además, que poseen un nivel socioeconómico estable.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN:

Se busca incrementar el público y que este conozca todo el proceso que costo el producto final y la historia en profundidad, de esta manera se fidelizara con nuestro cortometraje.

CAMPAÑA DE MARKETING

LA CAMPAÑA EN SÍ:

Se hace una campaña por la red social Instagram un mes antes del estreno, en donde se esta publicando varias escenas del rodaje y los pasos por el cual el cortometraje paso hasta llegar al resultado final. De esta manera se crea un vinculo mucho mas dinámico entre el publico y el cortometraje así también con los personajes que lo integran. Todo lo publicado en el perfil va a quedar en historias destacadas para que en cualquier momento que ingrese el publico al perfil pueda ver todo lo sucedido.

En la vía publica se van a repartir tarjetas que van a tener un QR que te lleve a nuestra red social.



CAMPAÑA DE MARKETING

CAMPAÑA PUBLICITARIA:

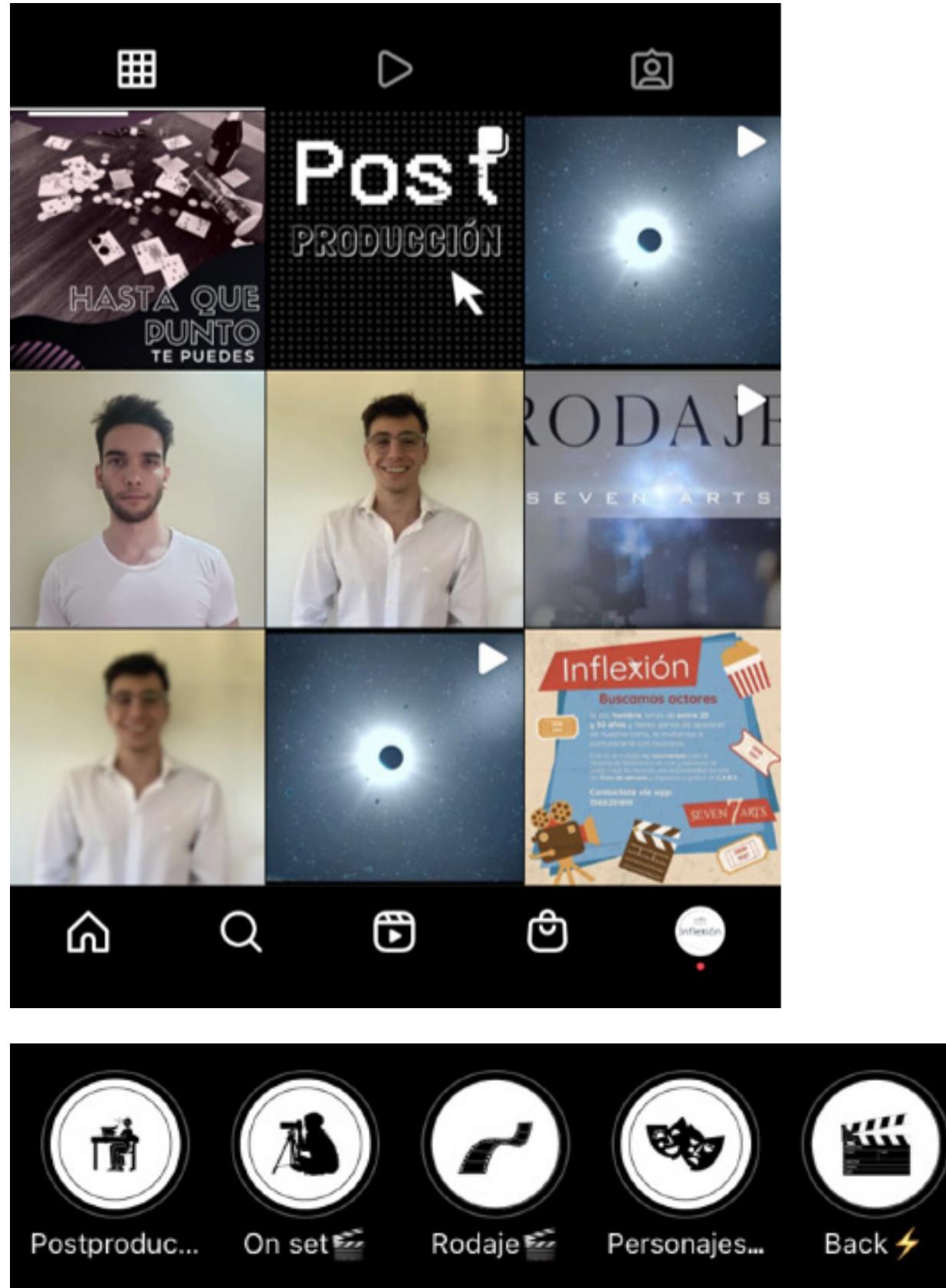
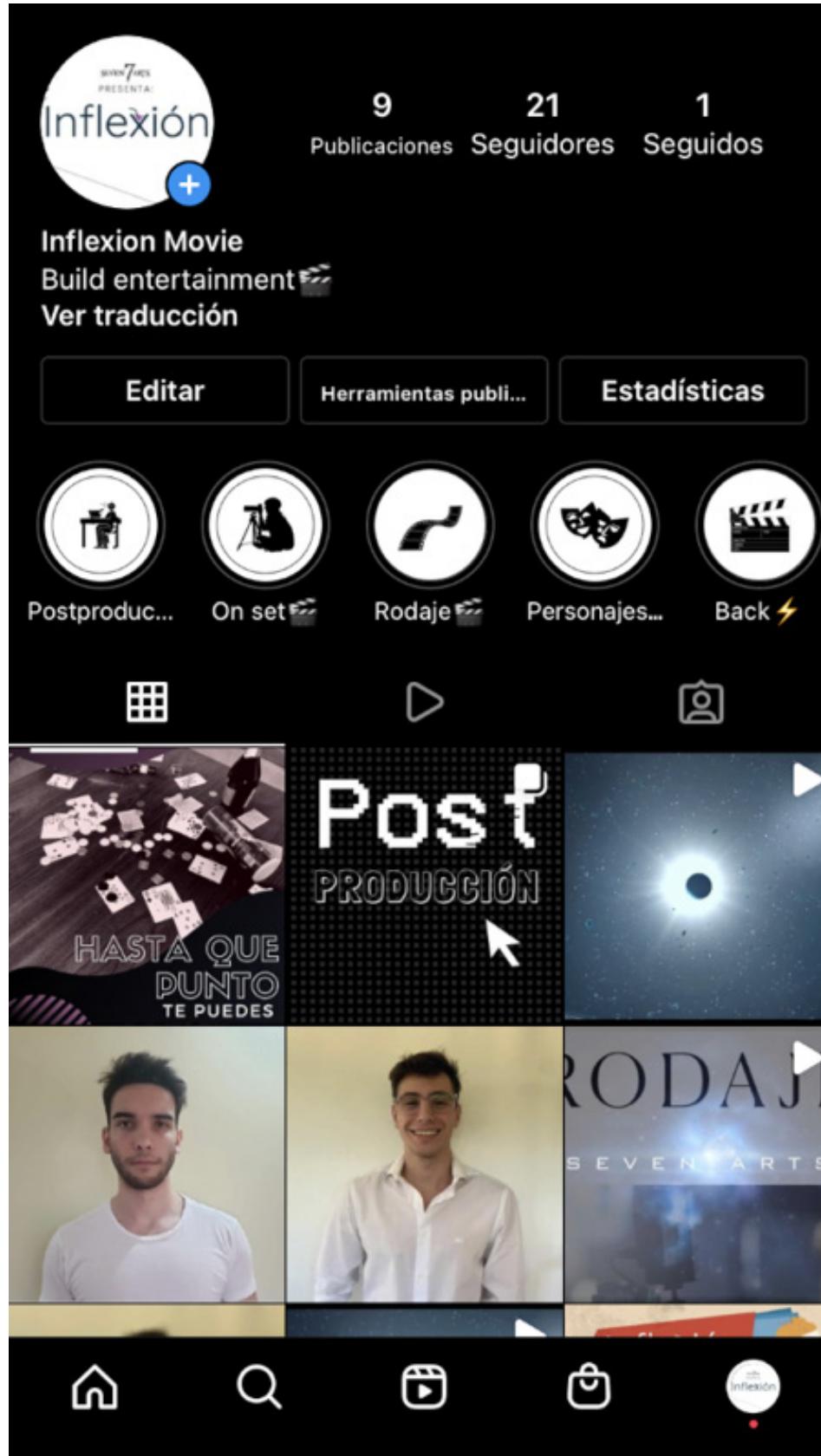
En los siete meses que hay entre ambos festivales, para seguir promoviendo la campaña publicitaria del corto se va a hacer una campaña en la vía publica. Se publicarán graficas en las salidas de los subtes (líneas A, C, D y H) y en la plaza Houston donde pasan mucha cantidad de jóvenes dentro de nuestro target ya que es la parada de facultad de medicina, al igual que en la línea H.

Se va a realizar publicidad paga por una publicación de Instagram que muestre un adelanto del corto con escenas culminantes. Además se le va a dar nuestro packaging a dos influencers que apuntan directo a nuestro target: Sofi Morandi y Lizardo Ponce.



CAMPAÑA DE MARKETING

DISEÑO EN INSTAGRAM:



HISTORIAS:



CAMPAÑA DE MARKETING



SE VA A REALIZAR UNA PUBLICACION EN IDEA.ME.

es una plataforma que ayuda a talentosos creadores Latinoamericanos a realizar sus ideas a través del financiamiento colectivo, las redes sociales y servicios de valor agregado,
DE ESA MANERA SE VA A RECAUDAR FONDOS PARA PODER REALIZAR LA CAMPAÑA

CAMPAÑA DE MARKETING: LÍNEA DE TIEMPO

SEMANA 1:

1. Comienzo con las redes sociales
2. Se crea el perfil
3. Se realiza el primer posteo y se le hace una promoción
4. Se sube constantemente historias que luego quedan en destacadas
5. Se analiza todo lo que se va a subir a instagram y se crea

SEMANA 2:

1. Se crea el diseño de las tarjetas que se van a repartir en la vía pública
2. Se imprimen
3. Se mantienen las redes sociales
4. Se diseña el afiche

SEMANA 3:

1. Se hace un mapa de la vía pública en donde se van a repartir las tarjetas
2. Se reparten las tarjetas
3. Se diseña el afiche
4. Se mantiene la interacción en las redes sociales
5. Se hace otra publicidad

SEMANA 4:

1. Se coloca el afiche en la vía pública
2. Se hace un resumen de la llegada de las tarjetas
3. Se vuelven a repartir por distintas zonas
4. Comienza la cuenta regresiva en las redes sociales
5. Se diseña el packaging: tazas, lapiceras, botellas, etc.
6. Se crea el packaging
7. Se le da el packaging a los influencers Sofi Morandi y Lizardo Ponce

CRONOGRAMA FINAL DE LA CAMPAÑA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
CAMPAÑA EN IG	●		● ●				●			● ●						●	●	●					●	●	●	●	●	●	●	●
CAMPAÑA EN VÍA PÚBLICA								● ●							●	●					●	●						●	●	●
SEMANA 1	●	●	●	●	●	●	●																							
SEMANA 2								●	●	●	●	●	●	●	●															
SEMANA 3															●	●	●	●	●	●	●									
SEMANA 4																					●	●	●	●	●	●	●	●	●	
ESTRENO																														●

CRONOGRAMA FINAL DE LA CAMPAÑA (NOVIEMBRE 2021)

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA 1	1. Comienza la campaña en redes sociales	2. Se crea el ig y el primer posteo	3.	4. 2 historias en ig	5.	6. Publicación en ig	7. Video en ig
SEMANA 2	8. Publicidad en ig	9. Diseño de las tarjetas	10.	11. Se imprimen las tarjetas	12. Video en ig	13. Diseño de afiche	14.
SEMANA 3	15. Mapa de la vía publica	16. Publicación en ig	17. Publicidad en ig	18. Campaña en la vía publica	19. Publicación en ig	20.	21.
SEMANA 4	22.	23. Video en ig	24. Historias en ig	25. Cuenta regresiva en ig	26. Entrega de packaging	27. Publicidad de influencers con pack.	28. Publicación en ig
ESTRENO	29. Estreno.	30.					

PRESUPUESTO DE MARKETING

	COMMUNITY MANAGER	COSTO
1	CREACION DEL PERFIL	\$1.050
2	COSTO DE 2 POSTEOS POR SEMANA	\$3.240
3	EDICION DE VIDEOS PARA POSTEO	\$2.000
4	COSTO DE PUBLICIDAD POR SEMANA	\$2.400
5	ESTRATEGIA DE MARKETING DEL PERFIL	\$7.600
	SUBTOTAL	\$16.290

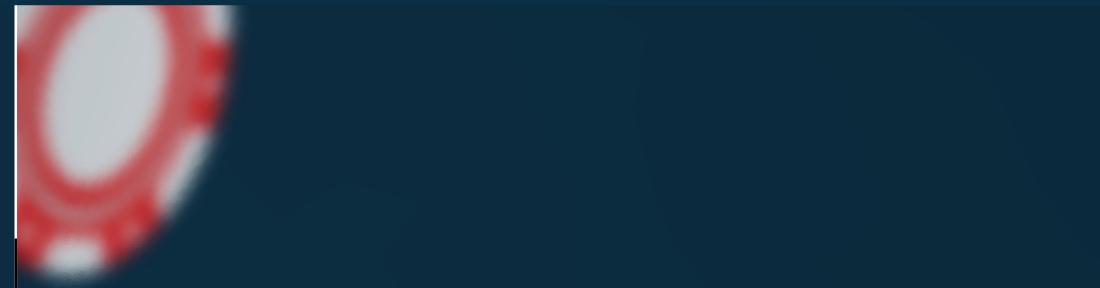
	VIA PUBLICA	COSTO
1	DISEÑO DE TARJETAS	\$1.830
2	IMPRESIÓN DE TARJETAS	\$2890
3	PERSONAS QUE REPARTAN 2 SEMANAS	\$4.500
4	DISEÑO DE AFICHE	\$3.250
	IMPRESIÓN DE AFICHE	\$4.800
	SUBTOTAL	\$17.270

	TEASER	COSTO
1	DISEÑO DEL VIDEO	\$1350
2	MONTAJE DEL VIDEO POR MINUTO	\$840
3	REALIZACION DEL VIDEO	\$8.400
	SUBTOTAL	\$10.590

	PACKAGING	COSTO
1	DISEÑO DE TAZAS	\$1.100
2	DISEÑO DE LAPICERAS	\$1.100
3	DISEÑO DE LOGO PARA BOTELLA	\$2.200
	SUBTOTAL	\$4.200

TOTAL: \$ 48.350

PRESSBOOK



SEVEN⁷ARTS

Próximamente disponible en:

✉ Sevenarts.2021@gmail.com
☎ 1121668969
📍 Buenos Aires, Argentina.
📷 @inflexionmovie

Inflexión
La diversión puede salerte cara

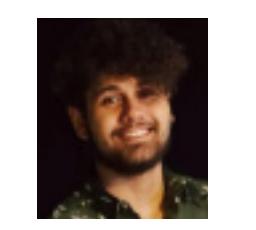
Una producción de:
SEVEN⁷ARTS

Inflexión

Sinopsis:

Marcos es una persona aburrida, rutinaria y solitaria. Su vida es ida y vuelta del trabajo sin hacer nada más, sin amigos, ni nada. Todo esto cambiaría cuando conoce a Agustín, quien se muestra como una persona divertida, que disfruta la vida y le quiere enseñar a Marcos, pero en realidad es todo para ganarse su confianza y poder estafarlo. Al final Agustín logra su cometido pero igualmente Marcos no está enojado ya que ahora sabe realmente vivir la vida.

Personajes:

Marcos  Hombre aburrido y rutinario, que vive de la herencia de sus padres.	Agustín  Personaje confiado, extravertido, vive la vida sin preocuparse en lo que piensan los demás
Franco Compañero de trabajo de Marcos que se preocupa mucho por él y trata de animarlo 	

TEASER

IDEA:

Escenas de fiestas, sin mostrar mucho del corto introduciendo a la historia con títulos que salgan en el medio diciendo cosas como: “¿Qué tanto puede influenciarte una persona?”



TEASER

IDEA:

Mostrar la rutina de Marcos para introducir al personaje, pero a su vez mostrar más tarde las escenas de fiesta mostrando que algo pasó para que cambie. Cerrando con la escena donde un extraño confronta a Agustín (sin mostrar la escena completa) para dar expectativa al público.

