

# INFORME REDES SOCIALES -GDI-

**CORTOMETRAJE**  
**MAMÁ CATALINA**  
**(NOVIEMBRE)**

**PRESENTACIÓN**

**PRESENCIA EN LÍNEA**

**COMUNIDAD DE USUARIOS**

**OPINIÓN DE USUARIOS**

**INTERACCIÓN CON USARIOS**



#### Odas: Mamá Catalina...

"Mamá Catalina" es un cortometraje que se centra en la vida de Camila, una chica que es atraída por una de sus amigas y no sabe cómo decirle a su mamá. Ella recurre a la ayuda de su abuela quien le ayudará a tomar una decisión. 🇵🇪 🇵🇪 Créditos Actrices: Mercede...

7:38 - Subido el 27/11/2020 - Ver enlace permanente - Copiar identificador del video

## FICHA TÉCNICA

**NOMBRE** MAMÁ CATALINA

**FORMATO** CORTOMETRAJE

**FECHA** 27/11/2020

**LINK** [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/WA](https://www.facebook.com/WATCH/?v=139502090907366)

[TCH/?V=139502090907366](https://www.facebook.com/WATCH/?v=139502090907366)

**Mamá Catalina** es un cortometraje que se centra en la vida de Camila, una chica que es atraída por una de sus amigas y no sabe cómo decirle a su mamá. Ella recurre a la ayuda de su abuela quien le ayudará a tomar una decisión.



## ANTECEDENTES

En el marco del Día Internacional de la Rebeldía Lésbica se pensó en la producción de un cortometraje que narrara la situación que puede vivir una chica que se está reconociendo a sí misma como lesbiana.

El cortometraje deja un mensaje de reflexión para las chicas jóvenes que se descubren como lesbianas.



## OBJETIVOS

Tener presencia en las redes sociales.

Hacer un llamado a la reflexión sobre la situación que viven las jóvenes cuando se descubren como lesbianas.

Producir un cortometraje con una historia que llame a la reflexión sobre la salida del closet de mujeres jóvenes.



## SINOPSIS

Mamá Catalina es un cortometraje que se centra en la vida de Camila, una chica que es atraída por una de sus amigas y no sabe cómo decirle a su mamá. Ella recurre a la ayuda de su abuela quien le ayudará a tomar una decisión.





**PRESENCIA  
EN LINEA**

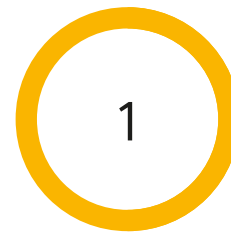
La presencia se refiere a los canales donde se ha realizado la pauta, estos canales sirven para recopilar información sobre el comportamiento del target con relación a las redes sociales.

Un dato importante a considerar en la presencia es identificar el alcance que ha tenido la publicación.

## PRESENCIA EN LINEA (Facebook)



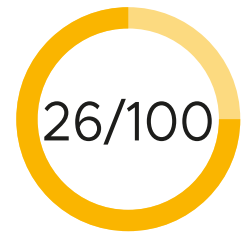
alcance



publicación



interacción



reacciones

De las 2637 personas a las que llegó la publicación del corto, sólo 26 de cada 100 personas reaccionan con: me gusta, comentario o compartir.



### RELACIÓN CON LOS USUARIOS

Las reacciones hacia el video fueron positivas. No se detectan mensajes de odio.

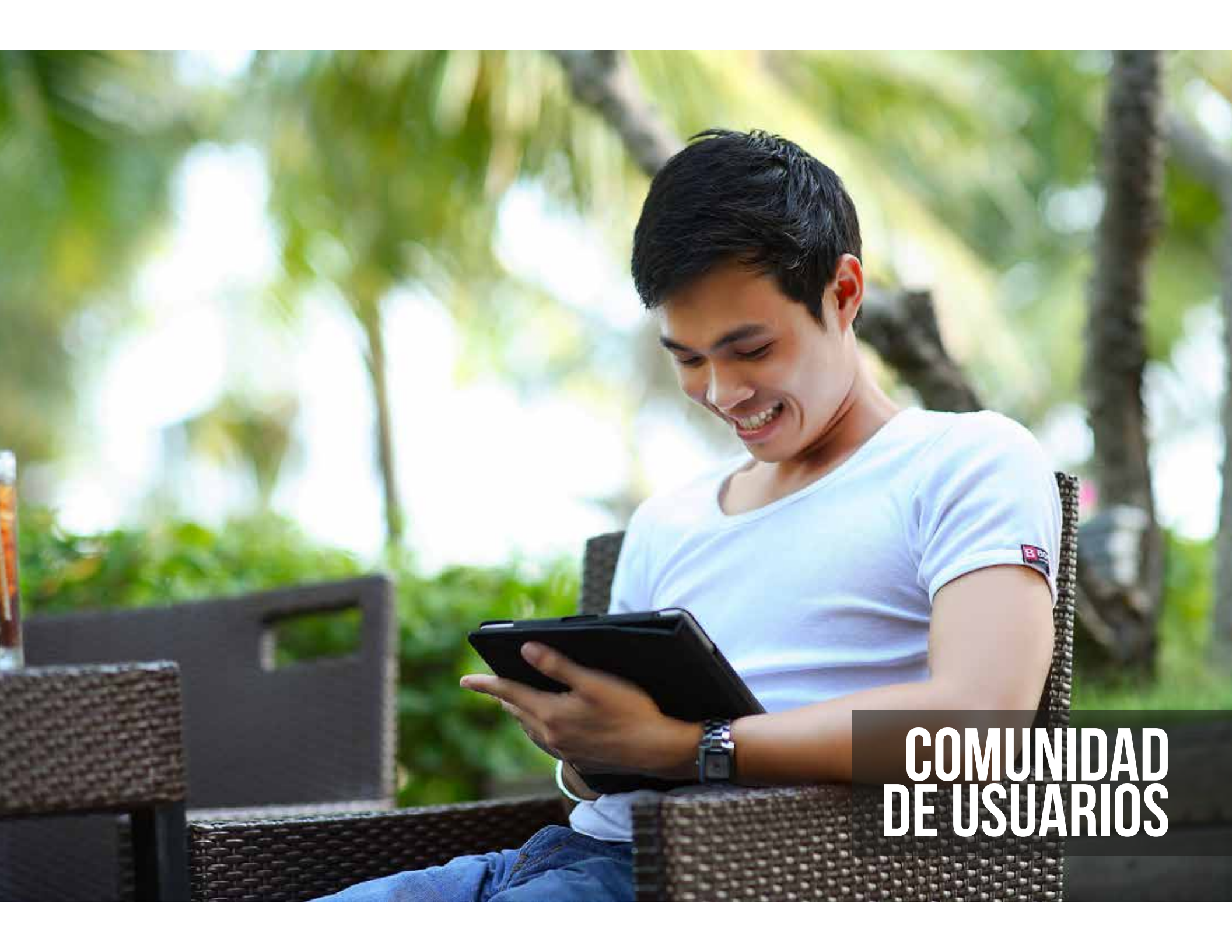
Se muestra empatía hacia el trabajo realizado, asimismo, los usuarios comentaron que la producción logra sensibilizar a las y los jóvenes que por primera vez hablan sobre el amor hacia personas del mismo sexo.



### PRINCIPALES USUARIOS

En esta producción se considera como usuarios principales a las actrices.

Las tres actrices compartieron el cortometraje en sus redes sociales personales y recibieron felicitaciones por su actuación.



**COMUNIDAD  
DE USUARIOS**

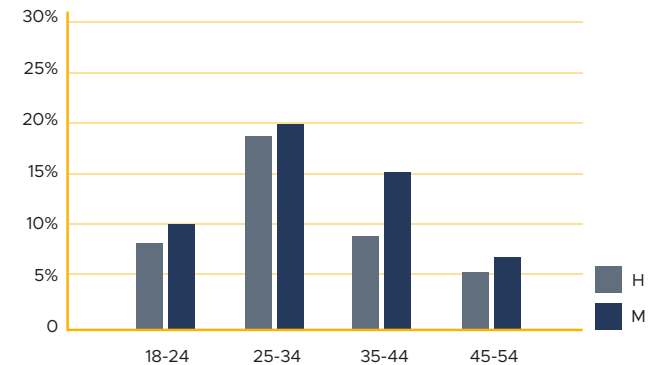
Conocer a la comunidad de usuarios o seguidores de redes sociales puede dar una visión rápida sobre el target, eso nos ayuda a saber si se están alcanzando los objetivos o si hay que hacer un giro en la estrategia de comunicación.

Los datos más relevantes son edad, zona geográfica e intereses.

## COMUNIDAD

Rangos de edad a los que llegan las publicaciones.

No existen parámetros para identificar si hay población LGBTI en el target, por lo que con las estadísticas de facebook solo se diferencia el porcentaje entre hombres y mujeres.



La población a la que ha llegado la publicación se divide en tres rangos de edad, predominando la edad entre 25 y 34 años de edad. 43% de las visualizaciones corresponden a hombres y 56% a mujeres. Existe un 1% que no se define como hombre o mujer.



### ZONA GEOGRÁFICA

De acuerdo a las estadísticas de las redes sociales, la mayor población se concentra en el departamento de Guatemala (75%) le sigue Sacatepéquez (3%), Quetzaltenango (2%).



### INTERESES DE USUARIOS

Para interpretar los intereses de los usuarios hemos recurrido a los datos generales de la fanpage de Odasá.

Las y los usuarios que vieron el cortometraje se identifican con las historias cortas y de la vida diaria. Asimismo, se identifican con las actrices jóvenes y con la voz de la anciana.



# OPINIÓN DE USUARIO E INTERACCIÓN CON USUARIOS



La opinión de los usuario y la interacción que se pueda tener facilita la comprensión de las tácticas y estrategias para alcanzar los objetivos. Asimismo, contribuye a determinar si la producción de la pieza audiovisual es agradable y si el mensaje es digerible.



## OPINIÓN DE USUARIOS

Dentro de los comentarios resalta el comentario de Mercedes Villagan (mamá Catalina) quien comenta que es conmovedor conocer las historias de jóvenes que desde temprana edad sufren discriminación por no ser heteronormales.



## INTERACCIÓN CON USUARIOS

La interacción se realizó al momento de hacer la retroalimentación después de haber compartido el link del cortometraje.

A los usuarios les gustó la actuación de las actrices, el guion y la edición. El color tenue de los colores le dio nostalgia a la historia.

Para el desarrollo del análisis de estos dos apartados se hizo un sondeo en línea (ejercicio de target) para conocer los comentarios de los usuarios respecto a la publicación.

## CONCLUSIÓN

Las historias de vivencia personal logran tener conexión con los usuarios, eso hace posible que se tenga como resultado reacciones empáticas con la producción.

Abordar historias de vida desde los jóvenes ayuda a afrontar los posibles problemas y buscar soluciones futuras.

La participación de actrices con experiencia y actrices jóvenes permite abrir oportunidades para difundir el talento guatemalteco. Asimismo, sirve de apoyo para quienes están iniciando en el mundo de la actuación.