

INFORME REDES SOCIALES -GDI-

CORTOMETRAJE

CICATRICES

(DICIEMBRE)

PRESENTACIÓN

PRESENCIA EN LÍNEA

COMUNIDAD DE USUARIOS

OPINIÓN DE USUARIOS

INTERACCIÓN CON USARIOS



FICHA TÉCNICA

NOMBRE CICATRICES

FORMATO CORTOMETRAJE

FECHA 04/12/2020

LINK [HTTPS://YOUTU.BE/BHSYJ6TITMU](https://youtu.be/BHSYJ6TITMU)

Cicatrices es un cortometraje trans. Narra la historia de Ángel, un chico trans, quien está enamorado de Amira, su pareja, pero a pesar del tiempo en que han vivido juntos no le ha contado que guarda un secreto. El cortometraje llama a la reflexión sobre las relaciones y los secretos de pareja.



ANTECEDENTES

Odasa ha realizado distintas producciones audiovisuales trans donde la narrativa se centra en mujeres trans.

Cicatrices, es un esfuerzo para hablar de la comunidad trans desde un chico trans. Este esfuerzo se hace para visibilizar la diversidad de la comunidad LGBTI.



OBJETIVOS

Tener presencia en las redes sociales.

Visibilizar a los hombres trans y narrar una historia que refleje el diario vivir de la población trans.

Generar tráfico en las redes sociales.



SINOPSIS

Ángel se ha enamorado de Amira, pero a pesar del tiempo no ha podido ser completamente sincero con ella, es el momento, Ángel debe confesar que es un hombre trans y enfrentarse al posible rechazo de ella.



**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)



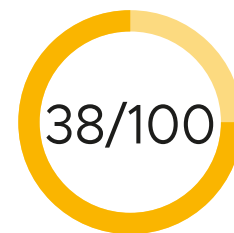
alcance



publicación



interacción



reacciones

De las 480 personas a las que llegó la publicación del corto, sólo 38 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 la comunidad LGBT, considerando principalmente a la comunidad Trans. Los comentarios que se hicieron en la publicación llaman a la libertad sentimental y emocional de la comunidad Trans.



PRINCIPALES USUARIOS

En esta producción se considera como usuarios principales al actor y a la actriz.

La publicación se compartió 13 veces.

Aisha Calliber y Lola Vásquez felicitaron el trabajo de ODASA en la producción de este cortometraje.

Se consignan los datos estadísticos de la plataforma YouTube, esto con el fin de tener más datos estadísticos sobre la población a la que se está llegando con el material audiovisual.

PRESENCIA EN LINEA (YouTube)



El cortometraje alcanzó una visualización de 388 frente a 587 suscriptores. 44% de los suscriptores del canal de youtube visualizaron el video.



FUENTES DE TRÁFICO

Se consideran como fuentes de tráfico todos aquellos canales por donde se comparte el link de youtube.

Las redes sociales son el medio por el cual se compartió el link del cortometraje.

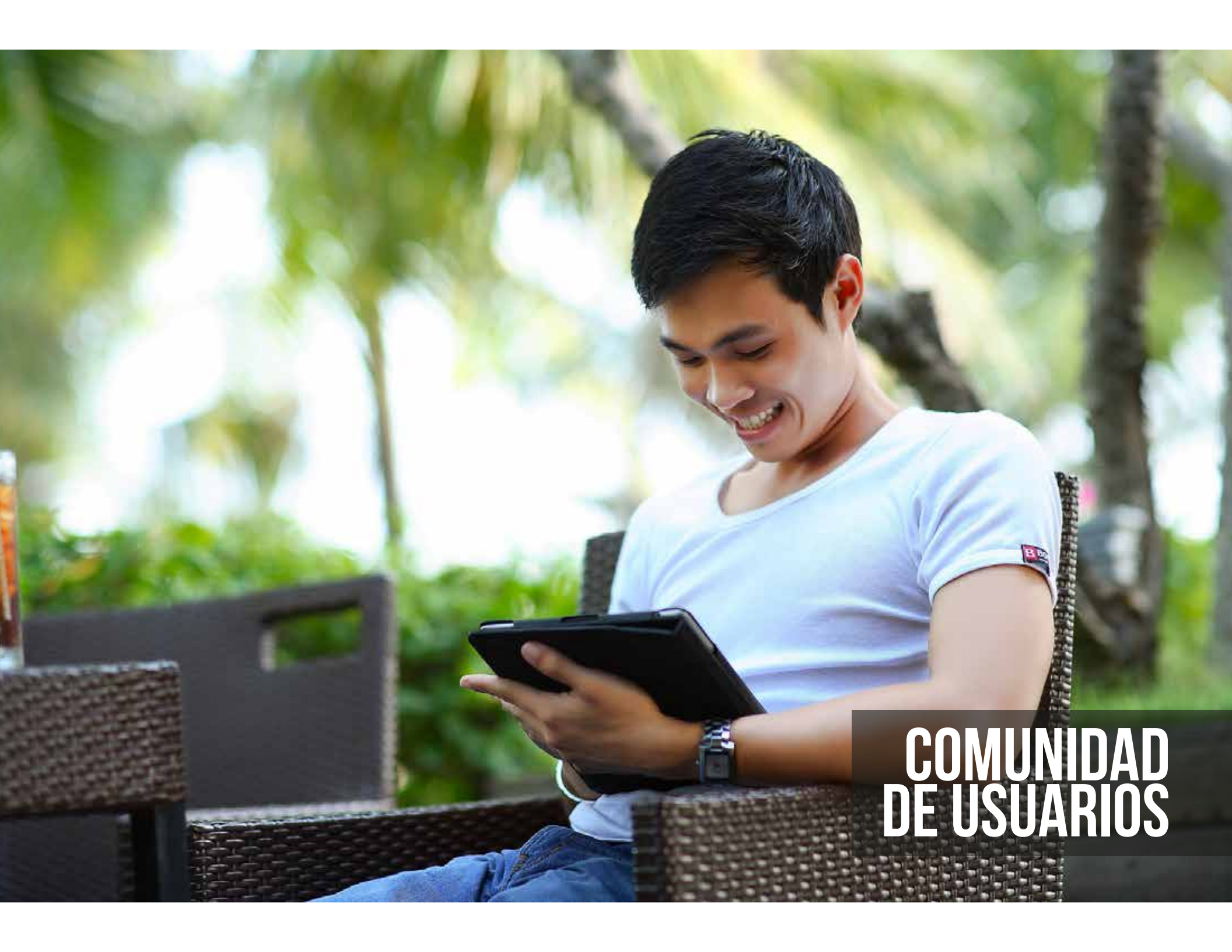
Las plataformas por donde se compartió el link son: facebook e instagram (67%), búsqueda de youtube (15%), sugerencia de youtube (9%).



SOBRE LAS VISUALIZACIONES

Se registran visualizaciones solo en Guatemala, no hay visualizaciones internacionales.

Las visualizaciones se realizan en aparatos electrónicos, tales como: teléfono móvil (83 v.), ordenador (19 v.), TV (1 v.).



**COMUNIDAD
DE USUARIOS**

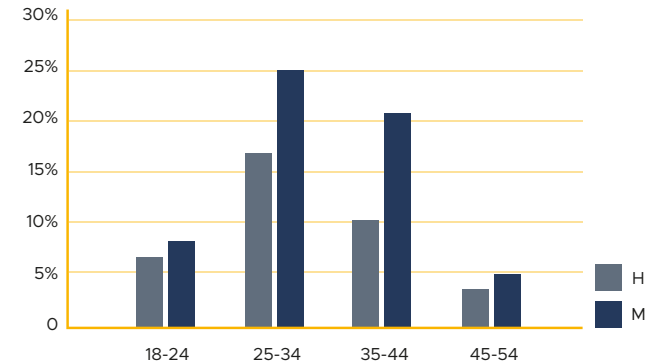
Conocer a la comunidad de usuarios o seguidores de redes sociales puede dar una visión rápida sobre el target, eso nos ayuda a saber si se están alcanzando los objetivos o si hay que hacer un giro en la estrategia de comunicación.

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. **36%** de las visualizaciones corresponden a hombres y **59%** a mujeres. Existe un **5%** 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 (**70%**) le sigue Petén (**7%**), Quetzaltenango (**4%**).



INTERESES DE USUARIOS

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

Las y los usuarios que vieron el cortometraje se identifican con las historias cortas y de la vida diaria. Asimismo, son personas que se interesan por verse bien físicamente ya que esto genera felicidad y aceptación.

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

Se resalta el comentario de Aura Rodríguez, quien hace una analogía del elfo en la narrativa y lo compara con las personas Trans, quienes buscan el amor, la libertad y la felicidad.

También, los demás comentarios se centran en buscar la libertad y la aceptación personal.



INTERACCIÓN CON USUARIOS

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

Muchos de los usuarios que vieron el cortometraje fueron impactados por las cicatrices de Ángel (Gabriel Matías).

El cortometraje atrajo la atención de los usuarios.

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

Se logró visibilizar el documental en las redes sociales de ODASA, asimismo, se compartió en distintos grupos de whatsapp y otros canales de comunicación.

El cortometraje logró llegar a usuarios; hombres y mujeres, de la comunidad Trans.

Se recomienda continuar con la producción de cortometrajes de vivencias reales para poder llegar a los usuarios y, al mismo tiempo, para generar empatía en las y los seguidores de las redes sociales.