

CREACIÓN DE UN CORTOMETRAJE DE FICCIÓN SOBRE LA INSEGURIDAD CIUDADANA PARA UNA EMPRESA DE SEGURIDAD

PROBLEMA

La creciente competencia de empresas dentro de los distintos sectores productivos ha creado la imperiosa necesidad de proyectar de manera auténtica una identidad corporativa. El principal desafío es la transformación de la narrativa tradicional de la línea audiovisual de Lockec Corporation, a través de las intertextualidades del post-cine y de elementos de la dramaturgia.

OBJETIVO GENERAL

Crear un cortometraje de ficción que refuerce la identidad corporativa de una empresa de seguridad, a través de las referencias del post-cine, algo poco recurrente en los contenidos de este sector productivo.

PROPUESTA DE VALOR

Cortometraje que otorga a la marca una ventaja competitiva en relación con otras empresas del sector productivo. Este modelo audiovisual se puede adaptar no solo al área de seguridad, sino también a otras marcas que busquen reforzar el vínculo emocional con su audiencia.



RESULTADOS

El cortometraje ha enriquecido la narrativa audiovisual de Lockec, a través de recursos efectivos en la política de comunicación de la empresa. Adicionalmente, se obtuvo un contenido creativo capaz de generar un vínculo de complicidad en los espectadores, contenido que reforzará la identidad corporativa de la marca. En términos de costos, el proyecto fue viable y tecnológicamente factible, abriendo la posibilidad de la filmación de secuelas o cualquier otro formato narrativo.



CONCLUSIONES

Este proyecto ha sido relevante para remarcar la eficiencia de las estrategias narrativas y el poder de la intertextualidad del post-cine en la comunicación de la identidad corporativa. Se enfatizó en el enriquecimiento del lenguaje audiovisual de la marca Lockec Corporation, y en el fortalecimiento de la relación con su audiencia y clientes potenciales.

