**Plan de difusión**

**Periodista:** Arnold Guachalla Liuca

**Título:** Enrique Calderón, el Evo Morales que no quiere ser reelegido

**Género:** Reportaje Crossmedia

Tras la conclusión del proyecto periodístico se procedió con la elaboración de un plan de difusión con el objetivo de que el reportaje crossmedia logre el impacto esperado.

El plan se proyecta para las redes sociales, plataformas para las que se elaborarán tres videos. Consideramos que los cortos podrían tener una llegada más importante que una foto o un GIF. Obviamente el éxito de los videos dependerá de la calidad de las imágenes y la narrativa.

A continuación detallamos como estarán distribuidos.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Plataforma** | **Actividad**  | **Tiempo de publicación**  |
| **Facebook** | Se difundirá un video de una duración de dos minutos estilo PlayGround. El contenido del audiovisual hace un resumen del contenido del reportaje crossmedia.  | * La campaña de difusión en Facebook comenzará con una semana de anticipación.
* La publicación del video promocional estará supeditada a las estadísticas de Facebook para lograr una mejor llegada.
 |
| **Twitter** | Se difundirá un video de 30 segundos en el que aparecerá Enrique Calderón, protagonista de la nota, invitando a leerla personificando a Evo Morales.  | * La campaña de difusión en Twitter comenzará con tres días de anticipación.
* La publicación del video promocional estará supeditada a las estadísticas de Twitter para lograr una mejor llegada.
 |
| **Instagram**  | Se difundirá una video de 30 en el que Enrique Calderòn aparece arreglándose para participar de un show.  | * La campaña de difusión en Instagram comenzará con tres días de anticipación.
* La publicación del video promocional estará supeditada a las estadísticas de Instagram para lograr una mejor llegada.
 |