



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

MISIONES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PLANIFICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CAMPAÑA MISIONES “NATURALEZA NIVEL SELVA”

EX-2022-00069183- -CFI-GES#DCS

INFORME FINAL

NOVIEMBRE 2022

Resumen ejecutivo

El siguiente informe final presenta la totalidad del trabajo realizado por la agencia Aikido en pos del proyecto presentado a la provincia de Misiones vía el Consejo Federal de Inversiones. Este proyecto fue el de Producción de la Campaña de Misiones “Naturaleza nivel Selva”.

En el informe se detallan todas las tareas realizadas por el equipo de esta consultora, las cuales están especificadas dentro del “plan de tareas”, que compone el mismo informe.

El trabajo realizado se compone de la etapa de preproducción, producción y postproducción de la campaña. A lo largo de este informe hay un detalle exhaustivo respecto a cómo la agencia Aikido fue cumpliendo las acciones de cada una de las tres instancias. De un equipo técnico total de 13 (trece) personas involucradas en la producción, en esta etapa de informe parcial de la preproducción participaron 9 (nueve) y se llevó adelante durante un período de 4 semanas luego de iniciado el proyecto; de la producción participaron 11 (once) perfiles en una ventana de 3 (tres) semanas y en la post producción participaron 12 (doce) perfiles durante 5 (cinco) semanas.

ÍNDICE

Introducción	iv
Tarea 1 Pre-Producción	
- 1.1 Brief de producción	iv
- 1.2 Scouting de locaciones	viii
- 1.3 Casting de talentos	xi
- 1.4 Desarrollo de guiones literarios y técnicos de las piezas	xv
- 1.5 Plan de rodaje	xviii
Tarea 2 Producción	
- 2.1 Filmación de contenidos	xxvi
- 2.2 Fotografía	xxvi
Tarea 3 Postproducción	xxxiv
- 3.1 Selección de imágenes para piezas audiovisuales.	
- 3.2 Selección de fotografías para piezas gráficas de la campaña.	
- 3.3 Edición de imágenes y fotografías.	
- 3.4 Realización de piezas audiovisuales.	
- 3.5 Realización de piezas gráficas.	

INTRODUCCIÓN

Este informe final contempla la información vinculada a todas las tareas pertenecientes a la preproducción, producción y postproducción de la campaña “Naturaleza nivel Selva”, para el área de turismo de la provincia de Misiones, destinada a la promoción de los productos y servicios turísticos de la provincia en todo el país.

A lo largo de este documento se desarrollan en detalle cada una de las tareas que nos permitieron avanzar en la producción de la campaña, para la que: preparamos el brief de producción de la campaña, hicimos el scouting de locaciones para filmar, realizamos el casting de talentos que formarán parte de la campaña, hicimos el desarrollo de los guiones literarios y técnicos de todas las piezas que se van a filmar etapa de producción, diseñamos el plan de rodaje que contiene los detalles de las jornadas de producción dentro de las locaciones elegidas, salimos a filmar la campaña y la post produjimos.

En cada tarea se encuentran detallados también, en cada instancia, qué parte del equipo de Aikido participó de cada proceso y de qué manera, así como también cuándo y de qué forma fueron las validaciones con el equipo técnico de la provincia.

PLAN DE TAREAS: representadas en este informe final:

Tarea 1:Pre-producción

La preproducción de la campaña “Naturaleza nivel selva” llevó 4 semanas de duración y estuvieron implicadas 9 (nueve) personas del equipo Aikido: Director de Estrategia, Director Creativo, Director de Arte, Analista Digital, Project Manager, Administración, Director, Jefe de Producción y Director de Fotografía.

En esta tarea se organizaron en detalle todos los requerimientos para la producción de la campaña, se buscó prever y controlar todas las variables posibles que pudieran surgir durante la filmación, optimizar tiempos de logística, recursos, para poder obtener el mejor resultado tanto en términos de calidad técnica de los contenidos como a nivel recursos creativos.

Tarea 1.1: Brief de Producción

En ésta primera tarea de la preproducción se creó un documento completo que contiene un detalle exhaustivo de qué es lo que hay que salir a filmar y qué es todo lo que se necesita para tal fin. Como primer punto entonces se analizó en detalle la referencia audiovisual que se compartió con el equipo de turismo de Misiones cuando se aprobó el concepto “naturaleza nivel selva”, se rastrilló imagen por imagen y se fueron definiendo algunas líneas de trabajo.

La primera es que la campaña estará llena de imágenes muy cortas en duración (es decir picado de imágenes) y de primer plano de flora y fauna para lo cual se armó un listado de la flora y fauna autóctona que el equipo técnico de Misiones revisó y aprobó. Esa será la guía de flora y fauna que se saldrá a buscar durante la filmación, y que incluye entre otros al: guariba / aullador rojo, caí / capuchino, murciélago picaflor, coatí, oso hormiguero, aguara guazú, pecarí, mariposa leopardo, picaflor esmeralda y garganta blanca, picaflor zafiro, negro y estrella, ermitaño canela, tucan picoverde, arasarí fajado, demofon, hormigas, bicho toro y moloso castaño chico, entre otros.

En segundo lugar se definieron los tipos de planos que se realizarán con los talentos para entender el tipo de locación en el que vamos a filmar con ellos. Se determinó que los talentos no van a interactuar con la fauna sino con la flora y se terminó de definir toda la paleta de colores del styling, vestuario y peinado de los talentos para entender cuáles son todos los elementos con los que debemos contar y las facilidades que vamos a necesitar en las distintas locaciones.

En cuanto al styling de talentos se definió que queremos conseguir un concepto de selva “rockero” y por tanto la idea es mostrar chicas y chicos que se mimetizan con la selva. Desde el look, las uñas, la ropa hasta la forma de vivirlo.

Se definió un look con colores alegres, vivos, tanto en make up como en accesorios y vestuarios. En el make up se definió un especial trabajo de los ojos y detalles en rostro, cuellos, hombros y brazos. Con diseños livianos para el talento femenino y más cargado en ojos para el talento masculino. En cuanto a los accesorios se definió que iríamos por cuentas, canutillos, plumas, collares de madera, caracolas y materiales nobles que refieran a la naturaleza. En cuanto a

peinados se definió que iríamos por semirecogidos con rastas y trenzas con apliques. En el caso del vestuario definido que no tenía que referir de forma directa a ninguna época pero que tuviera tintes futuristas y rockeros, con prendas livianas en colores fácilmente “camuflables” con la selva y frescos, con tajos y que dejan ver partes del torso.

Con todo eso en mente se diseñaron las redes del lookeo de los talentos, acá un ejemplo de lo trabajado:







Estas redes de peinado, make up, vestuario, accesorios y styling en general se compartieron con el equipo técnico de turismo de Misiones y fueron aprobadas.

En el brief de producción se estableció, además en forma de cronograma, cuando se realizaría: la producción de la banda original y el mood de filmación, el casting de talentos y su selección, la búsqueda remota de locaciones, la prueba de styling con talentos, el viaje de scouting de locaciones, el rodaje propiamente dicho, el análisis del material y su edición, la versión del primer off line de la pieza, los ajustes de edición con el equipo de turismo de Misiones, el tratamiento de color, la masterización del sonido, la adaptación de los materiales a piezas de redes y la presentación final del on line de todas las piezas al equipo de turismo de Misiones.

Acá link al cronograma:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1EDfV0I1rL-4_TfpQHI7IbkKh1CJBVDpNdJi_w8iW-PU/edit?usp=sharing

Tarea 1.2 Scouting de locaciones

El scouting virtual de locaciones se hizo teniendo como base la idea de que si bien debíamos tener imágenes de Cataratas del Iguazú y por lo tanto Puerto

Iguazú era el lugar para hacer base en la producción, necesitábamos tener locaciones que nos aseguren alcanzar los siguientes objetivos:

1. Contar con imágenes de un lodge para ilustrar de manera tangencial la hospitalidad.
2. Poder levantar un drone y tener planos bien abiertos en donde se vea una selva muy tupida.
3. Tener fácil acceso a cantidad y diversidad de flora y fauna para cubrir la cantidad de picados que necesitábamos.

Luego de varios intercambios con el equipo técnico de turismo de Misiones y sus sugerencias y toda nuestra investigación tanto virtual como con fixers locales en Misiones, se definieron las siguientes locaciones:

Urugua-í y Andresito: Lodge Surucúa y Reserva Puente Verde para poder hacer las imágenes de hospitalidad hotelera en un contexto verde, con algo de flora y fauna y también algún salto u ojo de agua.

Puerto Iguazú: como base de todo el equipo de producción y para poder levantar imágenes de las Cataratas.

Güira Oga, el Jardín de los Picaflores y el Ecoparque del Hotel El pueblito : para conseguir todo el material sobre fauna en un ambiente controlado, teniendo en cuenta cantidad y diversidad.

Salto Yassy y Minas de Wanda: para poder tener más tomas de saltos, naturaleza y sobre todo texturas y tramas, que le darán más diversidad al picado de imágenes.

Luego tuvo lugar el viaje de scouting presencial que duró 7 días y en el que participaron el director y el productor. Visitaron las distintas locaciones y por supuesto analizaron las distancias, caminos, rutas y accesos entre cada una de las locaciones y su viabilidad a nivel de fechas y tipos de transporte necesario para conectarlas.

Ambos tomaron imágenes de cada uno de los lugares y previeron escenarios posibles para cada toma, así como previeron posibles dificultades o contratiempos, como grupos electrógenos de mano para los lugares y reservas más alejados, transporte 4 x 4 frente a la posibilidad de lluvias en las locaciones que tienen camino de tierra. Pudieron analizar además el estado real de la naturaleza en esas locaciones así como también la luz y los mejores momentos para filmar en cada una de ellas. Se pudieron comprobar desafíos vinculados a las posibilidades de

conectividad e independencia en cuanto a batería de los equipos (cámaras, lentes, pc, luces, etc) así como también posibilidades vinculadas al arte de la filmación, y se definieron las mejores condiciones técnicas para poder conseguir las tomas deseadas, en qué tomas vamos a necesitar estabilizadores para movimientos de cámara, filtros o polarizadores, entre otros.

El equipo de turismo de Misiones, cumplió un rol preponderante en esta tarea, en cuanto a sus sugerencias y papel activo, por sus conocimientos de la zona, y los contactos que pudieron facilitar para la logística. Siempre aportaron una visión real de las posibilidades y ofrecieron alternativas coherentes y con mucho potencial para los objetivos de la filmación.

Abajo algunas imágenes ilustrativas del scouting:





Checkeando posibles tomas y calidad de la fauna y flora en Urugua-í.







Checkeando horarios de luz en las Cataratas del Iguazú y flora del Parque.







Checkeando luz y cercanía a la fauna en Güira Oga.



Checkeando composición y luz en Salto Yassy



Checkeando colores y texturas en minas de Wanda.

Tarea 1.3: Casting de talentos

El equipo de arte de Aikido revisó el brief de producción en el que ya se habían detallado las características necesarias del talento actoral porque si bien el guión principal no requiere un nivel exigente de expresión buscamos rasgos y fisonomías particulares: no deben ser caras típicas de ninguna provincia en particular y su rango etario también debe ser un poco más difuso y poder estar alrededor de los 20/35. Buscamos un estilo alrededor del fashion film pero que no sean modelos y que puedan darle continuidad al estilo “rockero” que le queremos imprimir a la producción de “naturaleza nivel selva”.

Con esto en mente, hicimos una convocatoria entre la agenda de actrices y actores que ya conocemos e hicimos una búsqueda virtual en bancos de agencias y castineras.

Buscamos una actriz y un actor e hicimos una preselección de 6 perfiles a los que les pedimos, además de sus books de trabajos y fotos. De esa preselección quedaron seleccionados dos talentos que consideramos perfectos.

Por un lado Tamara Otto: nos parece perfecta porque tiene la sofisticación de una modelo sin tener una belleza completamente hegemónica. El spot es más tipo fashion film (mood videoclip) pero con mucha más energía y Tamara tiene una mirada muy natural y cautivante que va a dar muy bien con los planos cortos, tiene un estilo sofisticado y a su vez tiene una actitud más rockera. Representa un rango etario no tan específico y eso nos sirve mucho y si bien tiene un estilo urbano podría ser una cara de distintas provincias del país. Y tiene experiencia frente a cámara. Algunas fotos ilustrativas:





Por otra parte Nicolás Delfor: al igual que Tamara, Nicolás tiene un aire de sofisticación y rasgos de modelo pero a la vez tiene mucha personalidad, que es lo que buscamos. Nicolás tiene mucha experiencia en rodajes como el que vamos a realizar y, si bien es joven, tampoco en él se hace evidente un rango etario determinado (podría estar en los veinte como en los treinta) y tiene una cara que bien podría ser distintas provincias. A su vez, la pareja (con Tamara) funciona muy bien junta frente a cámara. Algunas fotos ilustrativas:



Luego de seleccionar los talentos, fueron compartidos al equipo técnico de la provincia quien los aprobó.

En este link están adjuntos los perfiles descartados:

https://docs.google.com/presentation/d/1feRdnBQu8THViK_Bs9qjwROO3pUR-URjp5O3k8E0btU/edit?usp=sharing

Tarea 1.4: Desarrollo de guiones literarios y técnicos de las piezas

En esta cuarta tarea de la preproducción el director creativo y el equipo de redacción y arte hicieron una bajada muy concreta de la intención, el ritmo y tono del guión parte por parte, tanto de la pieza madre (spot principal), como de las reducciones, piezas hub y storys. Es en esta tarea en donde se definieron los picados, los time lapse, los planos cerrados y abiertos, los planos detalle y las tomas de drone, entre otros.

La intención de los talentos y los ritmos de la banda musical y de qué forma acompañan las imágenes también se definieron en este desglose y se hizo un maquetado de cada parte.

Acá el trabajo con la pieza madre, a modo de ejemplo:

GUIÓN 1

Con una música casi ambiente y en silencio arrancamos mostrando un plano bien aéreo de las cataratas de Iguazú y atravesamos la Garganta del Diablo. La idea es que las cataratas funcionan como puerta, nosotros entramos y descubrimos que hay un mundo increíble que parecía increíble.

Cuando entramos descubrimos la selva y ahí arranca una música rockera, que transmite mucha adrenalina. Las imágenes nos muestran planos artísticos increíbles con movimientos muy bruscos, muchas veces cerrados siempre al compás de la música. vemos diferentes clips con la naturaleza del lugar.

- un time lapse con flores
- planos cerrado monos
- plano cerrado aves
- picado de mariposas.
- picado detalle de talento
-

A todo eso sumamos pequeños cortes de cámara en mano y en movimiento moviéndose rápido entre la selva.

La canción hace una pequeña bajada y vemos a 2 personajes de espaldas yendo a la selva rápido desde distintos lugares, primero vemos a una saliendo de un lodge, otro saliendo de una carpa y otra llegando en bici

La canción vuelve a crecer y vemos un picado muy breve y rápido (resumen) de animales, plantas, colores.

La vuelve a bajar y finalmente vemos el plano cerrado de unos que se convierte en ojos de un felino. El plano abre y haciendo zoom out a una chica vestida de selva mirando a cámara que se esconde entre la vegetación y se pierde en la selva, la canción termina y el plano se abre con un zoom out increíble desde un dron donde vemos toda la selva desde arriba.

Sobreimprime Misiones NATURALEZA NIVEL SELVA

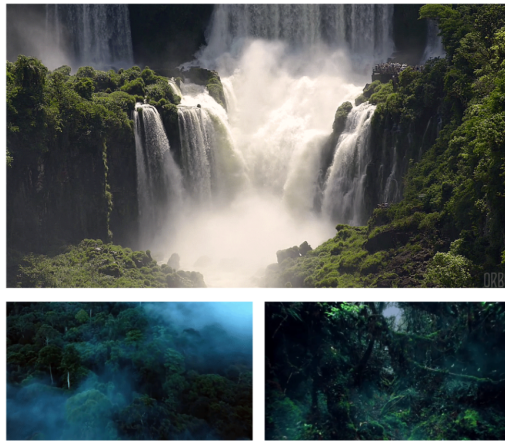
Logos.

Y las imágenes de referencia que buscamos definidas parte por parte se adjuntan en este link :

<https://docs.google.com/presentation/d/15BZR8RPfCrHHFJI6uhrwBwill1T65r4lAgsQt>

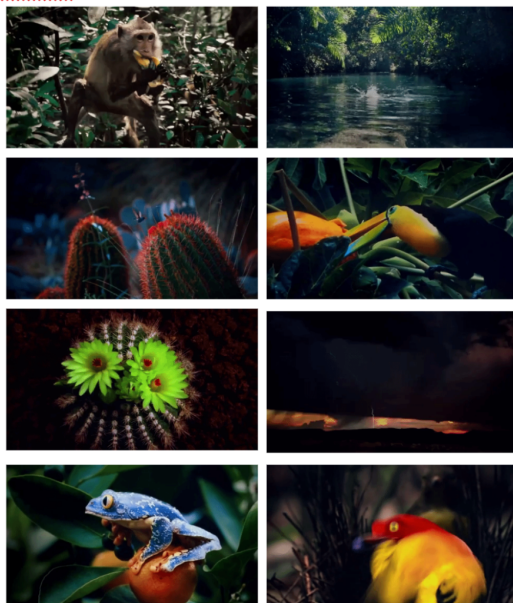
[ZrjirA/edit?usp=sharing](#) (primera parte) acá algunas reeferencias:

GUION 1



Con una música casi ambiente y en silencio arrancamos mostrando un plano bien aéreo general de la selva misionera e instantáneamente de las cataratas de Iguazú y atravesamos la Garganta del Diablo. La idea es que las cataratas funcionan como puerta, nosotros entramos y descubrimos que hay un mundo increíble que parecía increíble.

GUION 1



Cuando entramos descubrimos la selva y ahí arranca una música rockera, que transmite mucha adrenalina. Las imágenes nos muestran planos artísticos increíbles con movimientos muy bruscos, muchas veces cerrados siempre al compás de la música. Vemos diferentes *clips* con la naturaleza del lugar.

- *timelapse* de flores abriéndose
- planos cerrado monos (trepando, saltando, comiendo)
- planos cerrados de aves coloridas aleteando, tucán mordiendo fruta o saliendo de un árbol, colibrí volando ágil y libando, pájaro carpintero picando el árbol o asomándose.
- picado de mariposas (libando, aleteando, en grandes grupos)
- picado de insectos coloridos: hormigas levantando hojas; escarabajo a punto de volar; abejas con todo el culete lleno de polen; un abejorro aterrizando
- picado de anfibios y reptiles: un yacaré “abriendo” el ojo, una rana croando, un sapo limpiándose un ojo; un lagarto lamiéndose la cara

GUION 1



A todo eso sumamos pequeños cortes cámara en mano y en movimiento moviéndose rápido entre la selva.

La canción hace una pequeña bajada y vemos a 2 personajes de espaldas yendo a la selva rápido desde distintos lugares, primero vemos a una saliendo de un *lodge*, otro saliendo de una carpa y llegando en bici .

La canción vuelve a crecer y vemos un picado rápido (resumen) de animales, plantas, colores, experiencias... bien rápido.

GUION 1



La vuelve a bajar y finalmente vemos el plano cerrado de unos que se convierte en ojos de un felino.

El plano abre y haciendo *zoom out* a una chica vestida de selva mirando a cámara que se esconde entre la vegetación y se pierde en la selva, la canción termina y el plano se abre con un *zoom out* increíble desde un dron donde vemos toda la selva desde arriba.

Sobreimprime NATURALEZA NIVEL SELVA. MISIONES.

Logos.

Por último, en esta tarea el equipo de Aikido desarrolló un documento para establecer la línea creativa vinculada a la música de la campaña, ya que se definió que los contenidos tengan música original. En ese sentido, como el segmento principal al que pretende llegar la campaña se trata de una audiencia joven y urbana, se estableció que se trabajaría con elementos del rock y el punk para darle ferocidad y rapidez a la pieza y lograr un contenido convocante.

Se estableció que la música debía transmitir algunas sensaciones similares a las que se pueden sentir al estar en el medio de la selva misionera y de alguna forma mimetizarse con ella en la experiencia, haciendo hincapié en la sensación de

voluptuosidad y vida salvaje de su flora y su fauna. Se definió que el ritmo debía ser rápido para acompañar el picado de imágenes y que en mitad de la pieza debía haber un corte abrupto, como una respiración musical que se reiniciará con una fuerte percusión sumamente rockera para devolverle velocidad y cerrar la pieza bien arriba en cuanto a emoción.

Tarea 1.5: Plan de rodaje

En esta tarea el equipo de Aikido detalló en un plan de rodaje y escena por escena, el guión de la campaña, que va a ser el spot publicitario o pieza principal de la campaña. También se detallaron escena por escena todas las piezas que van a convivir con el spot principal en los distintos formatos con el objetivo de optimizar la producción y los recursos disponibles (utilizando los mismos recursos de locación, luz, técnica y actuación) y poder obtener la mejor calidad y la mayor cantidad de tomas.

El equipo creativo de Aikido definió en un **storyboard** o maqueta digital cómo va a ser el arte de cada toma: la luz, los cortes de cámara, las necesidades técnicas en cada caso así como también el ritmo y la intención actoral en cada escena. Ver más detalle en este link <https://docs.google.com/presentation/d/15BZR8RPfCrHHFJl6uhrwBwill1T65r4lAgsQtZrjirA/edit?usp=sharing> (ver segunda parte maqueta hecha con redes de shutter)

Y por último se definieron las acciones y tomas a obtener en cada una de las locaciones y cuánto tiempo demandaría de la jornada de filmación cada actividad: llegar a cada locación, el inicio de la jornada de filmación, la preparación del styling de los talentos, la filmación de cada toma, las sesiones de fotos en las tomas seleccionadas, los cortes para reacomodamiento técnico, así como almuerzos, colaciones y traslados a pie o en transporte a spots cercanos.

Según el plan establecido la filmación será de 4 jornadas y 1 jornada más que se suma por cualquier eventualidad climática, ya que el destino es conocido por tener precipitaciones y cambios de clima bruscos y sorprendentes.

Según el plan la idea es dedicarle una jornada de trabajo a la filmación de tomas de animales en Güira Oga, Jardín de los Picaflores y el ecoparque del Hotel El pueblito, media jornada en la Garganta del Diablo ante del ingreso de turistas al Parque Nacional Cataratas del Iguazú para la toma del salto de agua y levantar más naturaleza y texturas, una jornada en Andresito con los talentos en el lodge Surucúa

y la reserva Puente Verde para la toma de naturaleza fauna y flora, media jornada de trabajo en Urgua-í para levantar más naturaleza y una jornada en Salto Yassy para levantar tomas de los talentos, agua y naturaleza y las minas de Wanda sobre todo para hacer imágenes de texturas llamativas.

En resumen, estas tareas que conforman toda la preproducción de la Campaña de Misiones “Naturaleza nivel Selva” y se acomodan a lo largo de 4 semanas, tienen el objetivo de diseñar absolutamente todos los criterios para el desarrollo de la misma en su etapa de filmación y producción hasta la entrega de las piezas on line finales. Su objetivo es la optimización de recursos de tiempo, logística y criterios creativos para que el resultado final sea óptimo y que los contenidos entregables no sólo representen lo pactado con el equipo de turismo de Misiones sino que también expresen de la mejor forma los atributos de este gran destino turístico.

Tarea 2: Producción

En esta tarea el equipo de Aikido viajó desde Buenos Aires a Misiones a realizar la filmación, fueron 4 jornadas completas de rodaje en las que estuvieron involucrados 11 perfiles técnicos por parte de la agencia, más los dos talentos protagonistas de la campaña. Dejando como producto final todos los contenidos audiovisuales para la edición de las piezas y las fotografías que conforman la campaña “Naturaleza nivel selva”.

Tarea 2.1 Filmación de contenidos y 2.2 Fotografía:

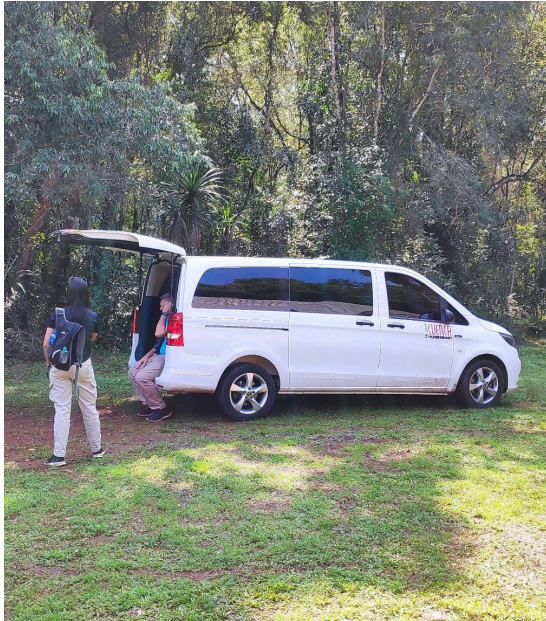
El equipo de trabajo por parte de la agencia que viajó a misiones a la producción de contenidos fueron el Director, Director Creativo, Director de Arte, Jefe de Producción, Director de Fotografía, Sonidista, Montajista y Operador de Dron, aunque hubo más perfiles involucrados en esta etapa desde Buenos Aires.

Se trató de 4 jornadas intensas de rodaje, la mayor parte del trayecto durante los 4 días lo hicimos en una van Vito donde viajó todo el equipo junto y algunos tramos en camioneta 4x4. Todas las jornadas iniciaban muy temprano a la mañana para poder tener la mejor luz y las mejores tomas.

Durante la primera jornada nos acompañó por parte de la provincia Hugo Cámara, el Secretario de Planeamiento y Desarrollo Local del Municipio de Andresito, tomamos imágenes en Urugua-í, nos movimos a Puente Verde y terminamos en el lodge

Surucúa. Nos movimos por la zona y encontramos el lugar ideal para filmar en lodge, que se apreciara bien el paisaje de selva y pudiendo contar con tomas de un río cerca.

Algunas imágenes ilustrativas de la primera jornada:



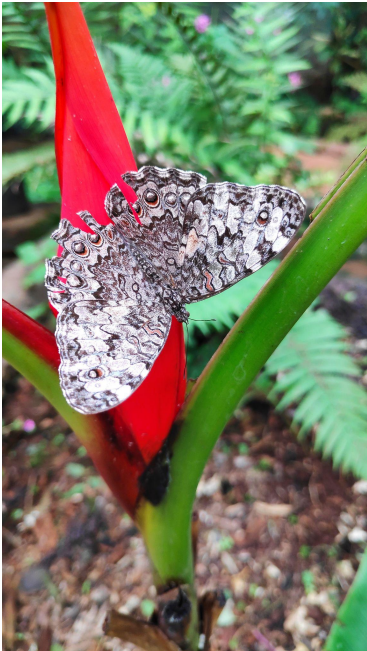
(el talento masculino)



Durante la segunda jornada de rodaje nos concentramos en la filmación de la fauna, que es la parte fundamental de nuestra pieza. El desafío cumplido fue poder levantar imágenes de distintas especies. Arrancamos el día en Güira Oga, ahí levantamos gran cantidad de tomas cortas de distintos animales, luego fuimos a hacer tomas al Jardín de los Picaflores y terminamos de cubrir todas nuestras necesidades de imágenes de fauna en el ecoparque del hotel El Pueblito.

Algunas imágenes ilustrativas de la segunda jornada:







Durante la tercera jornada de rodaje nos concentramos en la filmación de la naturaleza, las minas y texturas. Con el fin de conseguir planos grandes de la naturaleza fuimos al Salto Yasy.

El clima acompañó muy bien durante todas las jornadas (aunque igual previmos una jornada extra por cualquier imprevisto a nivel clima) y pudimos volver con más material del que habíamos planteado inicialmente. La tercera jornada la concluimos en la minas de Wanda donde, además, obtuvimos múltiples imágenes de texturas.

Algunas imágenes ilustrativas de la tercera jornada:



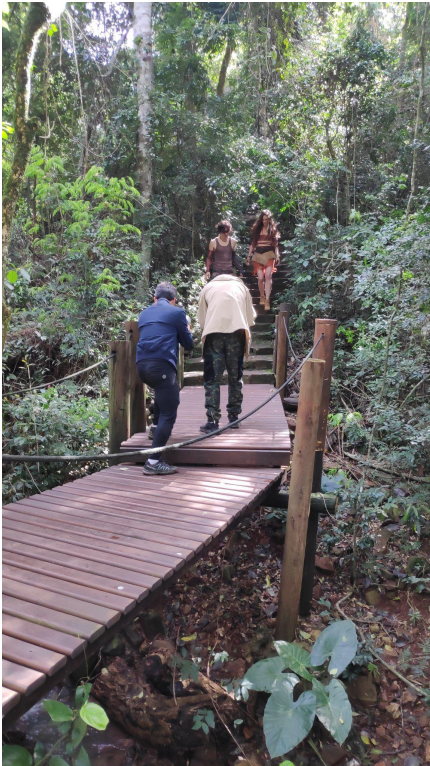


Durante la cuarta jornada de rodaje nos concentramos en la filmación con talentos. El clima cambió y debido a la intensa tormenta de la noche anterior, debimos cancelar el viaje hasta el lodge Surucúa y resolver en las inmediaciones.

Se decidió por el hotel Loi Suites, ya que contenía un espacio muy selvático donde podríamos resolver todo con los actores. Terminamos en una laguna, donde esperamos a la puesta de sol.

Algunas imágenes ilustrativas de la cuarta y última jornada de rodaje:







3.Tarea Postproducción

Esta tarea implicó una duración de 5 semanas que involucró el trabajo de 12 perfiles técnicos por parte de la agencia: Director de Estrategia, Director Creativo, Director de Arte, Analista Digital, Project Manager, Administración, Director, Jefe de Producción, Director de Fotografía, Sonidista, Montajista y Corrección de Color.

En este link

<https://docs.google.com/presentation/d/1azmntNoYPhundiFXxPrnBFZU8YL3IWMWzlo1Ej9TVc/edit?usp=sharing> se encuentra disponible todo el material final editado y masterizado de la campaña de Misiones Naturaleza Nivel Selva: Main spot, hubs, reducciones, storys, banners digitales, gráficas, grandes formatos para vp y sus mockups, ejemplo de guiones de storys y hasta un manual de uso.

El equipo técnico de la provincia de Misiones aprobó toda la campaña y se mostró muy conforme con los resultados. Por lo que nos compartieron consideran un lanzamiento de campaña previo al verano a nivel local y su promoción también a nivel internacional en la feria de Fitur (Madrid).

Como resumen del proyecto consideramos que hemos logrado una campaña disruptiva claramente dirigida a un target joven que cumple con los objetivos planteados por parte del equipo técnico de la provincia de Misiones, en base a los trabajos iniciales realizados por esta agencia, a través del CFI, de Escucha digital

(social mapping) y Estrategia de comunicación, haciendo foco en el concepto selva como un elemento aglutinante y novedoso de la oferta turística de la provincia.