

Patricia Milagros Gutarra Camarena

USMPTV

(resumen - abstract)

El Perú es un país con un nivel bajo en educación, como lo valida la prueba PISA del 2015. Es así que desde las aulas de la Universidad San Martín de Porres (USMP), decidieron impulsar USMP TV, el primer canal educativo que refuerza la currícula escolar, un canal presentado por jóvenes para los jóvenes.

(palabras claves.)

- *Educación*
- *Entretenimiento*
- *Diversión*
- *Juvenil*
- *Moderno*

(introducción.)

Se interviene en el campo socio-cultural ya que el proyecto USMPTV consiste en crear programas y contenido educativo para escolares que se transmite por televisión y por redes. El canal propone una parrilla de programas educativos enfocados en la currícula escolar con un lenguaje dinámico y juvenil, que se apoyan en formatos entretenidos que cuentan con animaciones y conducciones. Este lenguaje se expande a la nueva estrategia de comunicación que se manejará durante las tandas comerciales, la difusión en redes y web, las activaciones en espacios públicos etc. En este plan de comunicación se plantea llegar a los escolares a través del medio más directo, la internet, específicamente las redes sociales. El público objetivo son los jóvenes y niños en etapa escolar, especialmente los alumnos de secundaria quienes están en la etapa final y de preparación para postular a las universidades.

USMPTV se acerca a los jóvenes como uno más, la conducción de los programas está a cargo de jóvenes y maestros divertidos que causan empatía y ayudan a perder el miedo y pesadez a los cursos y temas más difíciles del colegio.

Nuestro objetivo inmediato es que los estudiantes nos conozcan a través de las redes en las que siempre están activos, que sepan de nuestros programas y ha-

gan stream por la web hasta que la audiencia sea suficiente para presentarnos ante las empresas de cable con una alta demanda de público.

La construcción de la marca

Misión: Brindar programación educativa y a la vez entretenida a una audiencia juvenil en etapa escolar y al público general, cumpliendo con el fin social de reforzar los contenidos aprendidos en clase y así contribuir a mejorar el rendimiento escolar.

Visión: Ser el canal de televisión líder en transmisión de contenidos educativos y una plataforma para que los jóvenes renueven la educación mediante sus opiniones y valores.

Valores Centrales: Canal educativo y juvenil, con una enseñanza divertida y entretenida.

Personalidad: Varón joven entre los 18 y 20 años, es el hermano mayor que está en la universidad, quien te enseña en casa, el que te asesora y explica las tareas y temas que no entendiste en el colegio. Te habla con confianza, bromea contigo y siempre te trae novedades.

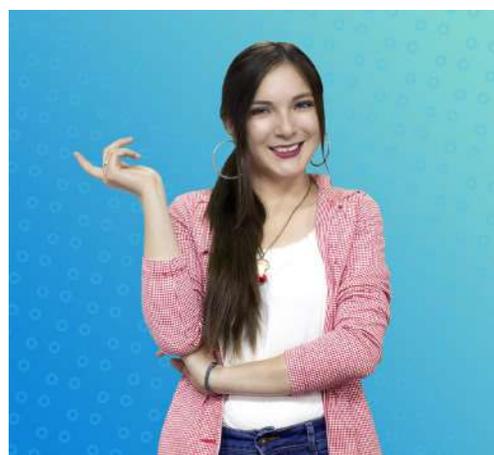
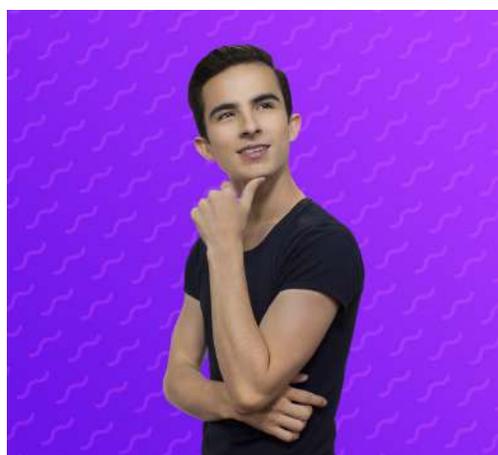
Proyecto de Posicionamiento: USMPTV 'otra forma de aprender'. Un canal presentado por jóvenes para los jóvenes.

EMPRESA	IDENTIDAD DE MARCA	MENSAJE DE IDENTIDAD	PROMESA DE VALOR	POSICIONAMIENTO
	EDUCACIÓN	APRENDE	APRENDER DE FORMA DIVERTIDA	CANAL DE JÓVENES PARA LOS JÓVENES

Productos gráficos para la comunicación/ acción de la marca:



**#OTRA
FORMA
DE
APRENDER**



La construcción de las acciones de comunicación

Para esta campaña se crean piezas para facebook, con un mock up nuevo compuesto por las formas y colores de la propuesta de identidad. Son colores neones sobre un fondo oscuro para denotar la estética digital como tendencia expresiva. Se usa poco texto y la animación vectorial para que la lectura y la comprensión sea rápida.



Se inicia la fase de detonación con una campaña teaser y de intriga en la que se pinta la fachada del edificio del canal con los nuevos colores de la identidad, se dejan stickers con hashtags en los paraderos de colegios situados en las vías más transitadas especialmente aquellos colegios con quienes ya hemos trabajado antes. Se cambian los colores en facebook sin revelar aún el nuevo logotipo, solo se utilizará #otraformadeaprender como breadcrumb.

En la etapa de remisión se actualizan los perfiles de todas las redes con las nuevas gráficas y en el canal se estrena un nuevo catálogo así como las nuevas temporadas de programas anteriores. Se promocionará el streaming por la web desde Facebook; del mismo modo se enseñará cómo captar el canal de señal digital en cualquier televisor.

En la etapa de recompensa tendremos activaciones en colegios, aquellos más activos en nuestros juegos y publicaciones de redes sociales. Nos afiliaremos a firmas como Lego, Cineplanet, Real Plaza con el fin de recibir auspicios que permitan premiar a nuestro público.





Conclusiones

El canal USMPTV es un producto real ya que lleva 3 años en emisión por señal digital. Su importancia en el medio televisivo es de gran peso ya que es el único canal que se concentra en reforzar la currícula escolar y tiene un compromiso fuerte con el país. Ingresar al mercado de señales de cable nacionales e internacionales es el primer paso para aumentar la producción de contenido educativo en los medios de comunicación.

(referencias.)

<https://diariocorreo.pe/peru/la-historia-del-primer-canal-educativo-del-peru-880074/>

<https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/peru-crecimiento-de-sectores-b-y-c-impulsan-expansion-de-centros-comercia>