



PREMIOS EIKON 2022

Categoría:

12 - Lanzamiento de producto - Internacional

Título del programa:

HALO

Nombre de la compañía:

Paramount / Paramount+

Departamento, Áreas y consultoras que desarrollaron el plan:

Departamentos de Comunicación y Marketing de Paramount

Personas responsables del plan de comunicación:

Michelle Alban, Vicepresidente de Comunicaciones y Social Impact
Tirso Gómez Brumana, Director Senior de Comunicaciones Corporativas de Latinoamérica
Guillermo Reyna, Director Senior de Comunicaciones de Entretenimiento de Latinoamérica
Sol Tomaselli, Directora Senior de Marketing y Comunicaciones de Argentina
Patricio Desentis, Director de Comunicaciones de México y Colombia
Felipe Moraes, Gerente Senior de Comunicaciones de Brasil
María Pía Moralejo, Gerente de Comunicaciones de Streaming de Latinoamérica
Camila De Latorre, Coordinadora de Comunicaciones de Paramount México y Colombia
Agustina D'Ambra, Analista de Comunicaciones Corporativas
Thaisa Abreu, Analista de Comunicaciones Corporativas de Brasil



Introducción - Planteo y Diagnóstico

Lanzado en marzo de 2021, Paramount+ es el servicio global streaming por suscripción de Paramount que ofrece una montaña de entretenimiento y contenido premium para audiencias de todas las edades. A nivel internacional, el servicio presenta una amplia biblioteca de series originales, shows exclusivos y películas populares en todos los géneros de marcas y estudios de producción reconocidos a nivel mundial, incluidos SHOWTIME, BET, CBS, Comedy Central, MTV, Nickelodeon, Paramount Pictures y Smithsonian Channel™, además de una sólida oferta de contenido local de primer nivel.

Paramount+ se propuso ser la plataforma de contenido premium incluyendo a grandes franquicias y contenidos estrella con los mejores talentos como: el universo Star Trek, *RuPaul's Drag Race*, la franquicia Shore, *South Park*, *The First Lady*, *The Offer*, *Super Pumped*, *The Man Who Fell To Earth*, *Días Mejores*, *1883*, *Yellowstone*, *Your Honor*, *City on a Hill*, *Dexter*, *Mayor of Kingstown*, *The Handmaid's Tale*, las tres películas de *El Padrino*. A nivel regional, se incorporaron también títulos como *El Primero de Nosotros*, *Manos Arriba Chef*, *Siendo Pampita*, *Susana Invitada de Honor*, *Marley & Mirko* y *Se Rentan Cuartos*.

Por eso, y siendo un servicio de streaming novedoso, Paramount+ decide en noviembre del 2021, anunciar la llegada por primera vez de la serie original HALO a la plataforma, producida por SHOWTIME® en asociación con 343 Industries, junto con Amblin Television y basada en la icónica franquicia de XBOX, con fecha de estreno global el 24 de marzo. El ambicioso proyecto generó muchas expectativas desde el primer momento, tanto en los fanáticos, prensa e influenciadores.

En su adaptación para Paramount+, la primera temporada de HALO tiene lugar en el universo que debutó por primera vez en 2001 con el lanzamiento del primer juego "Halo" de Xbox®. Dramatizando un conflicto épico del siglo 26 entre la humanidad y una amenaza alienígena conocida como el Pacto, la serie HALO que cuenta con 9 episodios que estrenaron semanalmente en la plataforma hasta finalizar la primera temporada; combina historias personales con acción, aventura y una visión del futuro. La serie está protagonizada por Pablo Schreiber (*American Gods*), Natasha McElhone (*Californication*) y Jen Taylor (serie de juegos Halo, RWBY).

HALO reinventó la forma en que la gente piensa acerca de los videojuegos y se ha convertido en un fenómeno de entretenimiento global, con más de 82 millones de copias vendidas en todo el mundo y más de \$6 mil millones en ingresos totales por ventas.

Paramount+ desarrolló HALO como una propiedad única para darle vida al icónico videojuego en formato de serie con altos estándares de producción. Se trató de un caso que presentaba grandes desafíos y oportunidades para la marca: atraer a los fieles fanáticos de la franquicia, presentar la serie a un público nuevo consumidor de streaming, alcanzar al público joven adulto, generar awareness de marca, incrementar suscriptores y despertar interés en la prensa y en redes sociales sosteniendo la conversación a lo largo de todos los episodios.

Halo entonces se transformó en un título icónico para la plataforma por el nivel de inversión y la calidad de producción que solo se encuentra en títulos de alto calibre de Hollywood. Toda la comunicación tenía que reflejar esta potencia del título, la importancia que tiene para la plataforma y ser un plafón para que Paramount+ tenga mucha visibilidad en los públicos estratégicos.

Propuesta/Enunciado de Campaña - Estrategia

Desde el equipo de Comunicación de Paramount+ se propuso planificar toda la campaña para comunicar la serie HALO desde una perspectiva 360. La campaña de marketing-PR integró múltiples plataformas, pantallas, marcas y puntos de contacto, iniciando en fase de calentamiento en meses previos al lanzamiento y culminando como la campaña más ambiciosa creada por Paramount+ hasta la fecha. De esta manera, se delineó un plan de comunicaciones regional, con foco especial en cuatro



mercados importantes: Argentina, Chile, Brasil y Mexico, con el objetivo de impactar a diversas audiencias y despertar su interés en la serie.

Estas premisas dieron lugar a la oportunidad diferencial de la campaña, que se dividió en varios *BEATS* (etapas) para afrontar los siguientes desafíos:

- Presentar la serie y generar un interés sostenido en la agenda de prensa y fanáticos
- Generar expectativa mediática para el lanzamiento y colocar la serie al nivel de grandes shows, como un contenido destacado entre la prensa Latinoamérica
- Posicionar a Paramount+ entre las plataformas líderes de streaming en Latinoamérica.
- Comunicar el show como el lanzamiento más importante del año para Paramount+ y generar awareness de marca
- Aprovechar este lanzamiento para atraer nuevos suscriptores y ampliar la audiencia de la plataforma
- Sostener la historia a lo largo de sus 9 episodios.
- Generar momentos recordables y de conversación en cada mercado para los fanáticos y la prensa.
- Dar a conocer con creatividad e innovación quiénes hicieron y protagonizaron y qué es la serie HALO

Públicos

Más allá de la segmentación de públicos, reconocimos desde el inicio que ya existía una fuerte asociación de la franquicia de videojuegos en el fandom, público en general, influencers/prensa especializada en gaming, Sci-fi y tecnología.

De esta manera, se orientó a la campaña los siguientes públicos de entre 18 a 54 años:

- **Medios de comunicación:** prensa gráfica, digital, audiovisual y radial.
- **Influencers**
- **HALO Fandom:**
 - **Hardcore- fans** que conocen, interactúan y están familiarizados con los videojuegos.
 - **Fans casuales:** los que en algún momento de su vida han tenido una conexión con el videojuego. Estos son hombres de 18 a 49 años.
- **Audiencia Premium**
- **Gamers & Streamers**
- **Líderes de opinión**
- **Empleados**
- **Suscriptores**
- **Partners y Clientes**

Mensaje

- Invitar al público a conocer la serie original de Paramount+ basada en el icónico videojuego de Xbox HALO.
- Destacar la figura del Master Chief (protagonista de la historia)
- Posicionar a Paramount+ como una plataforma de streaming con contenido premium y altamente competitiva dentro del mercado de Latinoamérica.

Canales de Comunicación

Los canales de comunicación elegidos para esta campaña fueron los medios gráficos, digitales, audiovisuales y radiales, como así también influencers, streamers/ gamers, líderes de opinión, elenco, periodistas y figuras relevantes de la realidad nacional. También se realizó una campaña en los canales de redes sociales como: Instagram, Twitter, Facebook, Spotify y Tik Tok

Para lograr el posicionamiento se planificó una campaña transversal, con presencia en los principales medios regionales tier 1 y también en los mercados secundarios, incluyendo acciones en vía pública.

Argentina



Algunos medios en los que se logró cobertura fueron: Clarín | La Nación |Página 12| Infobae | Télam | Malditos Nerds | Cultura Geek |TyC sports| Telefe | Urbana Play | Filo News| Radio Metro | Radio Vortex Cuatro Bastardos|Funcinema| MSN Noticias |Televison.com.ar|Conclusión|Que Ver | Revista Geeky | Diario Hoy La Plata |El Dia de La Plata |Noticias Bariloche | 3D games |La Voz del Interior |24 Argentina|Funcinema| Diario Rio Negro|Infosertec | La Capital de Rosario | La Gaceta de Tucuman/Salta | Los Andes de Mendoza |Aire de Santa Fe | Litoral de Santa Fe | Rosario3 |Rio Tercero | Radio Metro| Haciendo Cine | Cinéfilos | La Cosa Cine | Radio One | Hola Catamarca | Radio Pop | Gamba FM | Rock and Pop | Radio Con Vos | Radio Continental |HD Tecnologia | IP | Radio Del Plata |Only Games|Diario Tiempo |Locos por los Juegos|Overcluster | El ciudadano | Grupo La Provincial | El Destape | Play no more| Mi Telefe| Telefe Rosario| Semanario| Diario Tiempo| Los Juguitos.

México

Reforma | El Universal | Excélsior| Agencia EFE | AP | Level Up| EXA |Sensacione| UnoTV | Milenio| Revista Q| Azteca Esports |Sopitas| Diario Deportivo| Aventuras Nerd | Top Comics |Tierra Gamer | Atomix| Happy Musaraña | 3DJuegos | Código Espagueti | Level Up | Paréntesis| El Heraldito TV | Time Out| Radio IPN| La Neta Neta | Publimetro| Gluc| Tomatazos| Dónde ir| Televisa Espectáculos| Momo es nerd| IGN Latam| Quién| Radio Fórmula| GQ| Bite Me | Geekzilla| Cinepremiere | Zona Cero | Esto es Combo| El Sol de México| Life and Style| Xataka | Forbes Life| Ando Geek| Impulso Geek| Merilstation| Radio Fórmula| TV Mexiquense| Estilo DF | Cinemedios | Revista Kuadro| ACIR| Pepe y Teo| Silver Geek | Es Jappi | Cinespoilers | El Capitalino| Entre Palabras| Pixel Bits| Despierta América| Telemundo| Wipy TV | La Prensa | Caras| El Deforma| Bonus Stage| Cultura Colectiva| Mtv| Expansión | Glamour| La Loca de las Pelis | Cine Geek| Revista Vago | Sala Geek | Cinemaniáticos| Spoiler VIP | Yo Invito el cine | Zero Magazine| La Razón| Mni Autos| Yo soy Javi| La Vanguardia| Bajo los reflectores | El Vortex | Escándala| Infobae|

BRASIL

Correio Braziliense | Cine Pop | Papelpop | Coxinha Nerd | MSN Brasil | IGN Brasil | TecMundo | O Universo da TV | Metrôpoles | Série Maníacos | Olhar Digital | Burn Book | Canaltech | Yahoo | Omelete | Legião dos Heróis | Cosmonerd | GameVício Brasil | TV Magazine | Gamers e Games | Xbox Power | Terra | Arroba Nerd | Super Hero Brasil | Jovem Nerd | Meu Gamer | Play Nerd | Cinebuzz | iG | Vírgula | Entretetizei | Gamer News | Estação Nerd | Poltrona Nerd | Omelete | Gizmodo Brasil | Globo Esporte | The Enemy | UOL | Rolling Stone Brasil | Manual dos Games | Estadão | Folha de S. Paulo | Tangerina | Folha de Londrina | Observatório de Cinema | Observatório de Séries | Observatório de Televisão | Isto É | O Globo | R7 | Adoro Cinema | Observatório de Games | O Fuxico | Estado de Minas | Streamings Brasil | Propmark | Promoview | Tecmasters | Thiago Romariz | Voxel

CHILE

Chilevisión| Chilevisión Noticias| Chilevisión Tiempo Libre| La Tercera| El Mercurio| Las Últimas Noticias|Seriépolis| Nerdix| Cineboom|Cooperativa| Biobio| Alerta Geek| Fayerwayer| ADN| As.com|Roberto Cox| Humberto Sichel| Julián Elfelbein! |Cata|Lorena Mikil| Macarena Pizarro|

Desarrollo / Ejecución de Plan - Tácticas y Acciones

La campaña se inició a fines de noviembre del 2021 y se extendió hasta mediados de mayo del 2022.

BEAT 1 – Pre-Lanzamiento

- **Kick Off Teaser**

Para instalar en el imaginario de los diversos públicos la serie original HALO, se aprovechó la celebración del vigésimo aniversario de Xbox®, en noviembre de 2021, y se reveló el primer teaser de HALO a medios de comunicación de Latinoamérica.

- **Primer Trailer Oficial**



En el marco de la octava edición de los Game Awards en Estados Unidos, se dio a conocer el primer tráiler oficial de la serie HALO el 10 de diciembre a medios de comunicación de Latinoamérica.

- **Anuncio fecha de estreno y primeras imágenes**

Durante el juego de campeonato de la Conferencia Americana de la National Football League (ANF), el 30 de enero de 2022, se reveló un segundo tráiler con la fecha de estreno de la serie en la plataforma y las primeras imágenes de HALO, a los medios de comunicación de Latinoamérica.

- **Anuncio segunda temporada de Halo**

En febrero, debido a las excelentes repercusiones que tuvo el título aún sin ser presentado, Paramount+ anunció una segunda temporada de la serie a pesar de que aún no había estrenado la primera temporada y tan solo estaban disponibles los pocos materiales que se habían revelado hasta ese momento. Esto supuso un fuerte desafío para la comunicación, ya que se trataba de un título aún no disponible en la plataforma, pero con garantía premium, original y que se encontraba a otro nivel comparado a otros shows. Sin dudas, en el minuto a minuto significaba una apuesta constante para la comunicación de la serie.

- **Mexico Press Tour**

El 8, 9, 10 y 11 de marzo, se llevó a cabo en Ciudad de México, un Press Tour, aprovechando que es uno de los mercados con más fandom alrededor de la IP HALO. En este sentido, logramos contar con la disponibilidad del protagonista Pablo Schreiber y la productora del videojuego y productora ejecutiva de la serie Kiki Wolfkill.

El venue para realizar este Tour, fue el sofisticado hotel Ritz-Carlton que se vistió de los colores de la serie, y se logró replicar para las entrevistas los característicos escenarios de la serie con tótems y luces futuristas. Se planificó una agenda robusta con más de 70 medios que incluían la presencia de periodistas/ influenciadores de Argentina, Chile y Brasil que fueron invitados por Paramount+ para lograr una cobertura de alto impacto regional y amplificar el mensaje.

Durante este tour se llevaron a cabo cuatro días de actividades completas: Welcome Dinner con talento y prensa, press junket con entrevistas 1on1 y mesas redondas con influencers y gamers, cenas especiales y Meet & Greet con influencers y el international press junket realizado en vivo vía streaming con medios de Canadá y Países Nórdicos, grabación de Electronic Press Kit (EPK) y Saludos Personalizados para medios de los talentos y en en múltiples mercados donde Paramount+ está disponible.

- **Envío de Screeners del primer episodio**

Se curó una lista de críticos, líderes de opinión y periodistas clave de la región para recibir el primer episodio de la esperada serie HALO.

- **Foro Paramount+ Argentina**

El 14 de marzo, en Buenos Aires, Argentina se llevó a cabo el Foro Paramount+ en donde se invitó a más de 112 medios de comunicación e influencers. El Foro destacó a HALO junto a otras grandes producciones por venir de la plataforma. En este contexto, el protagonista Pablo Schreiber, se hizo presente a través de un saludo especial anticipando lo que se iba a ver en la serie. Además, se realizó un mapping impactante que permitió vivir una experiencia audiovisual inmersiva sobre la serie. También hubo un photo opportunity recreado en los talleres de Telefe (Marca FTA Paramount) de un casco de la serie junto con los tótems y las luces futuristas.

- **Tercer Trailer Oficial**

A pocos días de su estreno, el 17 de marzo se reveló un segundo trailer en Latinoamérica.

BEAT 2- Lanzamiento

Acompañamos la difusión de las diferentes iniciativas de las de Marketing y Social media, para generar un ecosistema en torno a HALO integrado por los Stunts Events detallados a continuación.

- **Experiencias Inmersivas y Stunts Events**



El 24 de marzo, Paramount+ celebró en primera persona y junto a los fanáticos del show este estreno mundial a través de distintas experiencias inmersivas, que reunieron al fandom, periodistas y partners para disfrutar del primer episodio de la serie mediante eventos en Ciudad de México y San Pablo, Brasil.

En el día del estreno mundial de la serie, el Parque Bicentenario de Ciudad de México, recibió a más de 1,500 fanáticos en un evento exclusivo y gratuito abierto en donde se proyectó el primer episodio de HALO. Adicional a disfrutar de la primicia del estreno, los invitados presenciaron un imponente show inmersivo con más de 110 drones, luces, láser y el casco de Halo más grande del mundo construido para el escenario principal. Mientras que, en simultáneo, en el Museo Papalote también se celebró el estreno de la serie con una presentación en gran formato, que comenzó con una alfombra azul concurrida por cantantes, influencers, talento de Paramount Latinoamérica. El evento concluyó en la mega pantalla con una experiencia digital inmersiva 360° que llevó a los visitantes por un viaje a los distintos escenarios del mundo HALO con un septeto de cuerdas, juegos y actividades artísticas.

A su vez, el día 25 de marzo el Papalote se llenó de experiencias divertidas e inmersivas para vivir la experiencia HALO. Desde una zona de gaming para que los fanáticos pudieran disfrutar de su juego preferido, hasta el screening del primer episodio de HALO.

Por otro lado, en San Pablo el 24 de marzo, la celebración se desarrolló en el Jockey Club al cual asistieron más de 1,500 fans quienes pudieron disfrutar del primer episodio en dos pantallas gigantes. Los fanáticos también pudieron presenciar un espectáculo de 100 drones y un video mapping proyectado en el casco de Master Chief con 6 metros de altura realizado especialmente para esta experiencia inmersiva acompañado por un coro conformado por 40 voces.

- **Premium Press Kits**

Para celebrar la llegada de HALO, enviamos premium kits a distintos periodistas, influenciadores, gamers, streamers y líderes de opinión en Argentina, Brasil, Chile y México. El kit contenía: una backpack confeccionada a medida y diversos productos relacionados a HALO, como recipiente para bebidas, binoculares, gorra, barras de proteína/cereal, una botella con comida (frutos secos), un mini sack (saco para guardar productos), un cargador portátil, un reloj inteligente y un parlante bluetooth – todos los productos simulaban algunos de los artículos que el personaje principal de HALO adquiere y usa en el videojuego.

BEAT 3, Post Lanzamiento

- **Avances Semanales**

Para sostener la conversación de la serie, se trabajó en una lista curada de influenciadores y periodistas a quienes les hacíamos llegar por adelantado lo que iba a suceder en los episodios y así mantener la expectativa y conversación en los medios. En total fueron ocho avances exclusivos, lanzados de forma semanal.

- **HALOGRAMS . EL HOLOGRAMA MÁS GRANDE DEL MUNDO**

El 17 de abril, en el marco de la celebración del éxito mundial, se llevó a cabo el holograma más grande del mundo en algunos de los lugares más emblemáticos de Australia, Canadá, Brasil y México, dando vida al Spartan favorito de todos. El holograma récord, denominado HALOgram, escaló la altura equivalente a un edificio de seis pisos y presentó una animación 3D personalizada que vio al Master Chief aterrizar en la Tierra y evaluar el entorno local. Esta fue la primera instalación global de este tipo y contó con tecnología holográfica de vanguardia combinada con ingeniería de precisión experta para permitir que uno de los personajes más icónicos en la historia del entretenimiento cobre vida de manera épica. Cada instalación fue de más de 24 toneladas y se construyó utilizando más de 100 metros de armazones metálicos para albergar 126 metros cuadrados de gasa holográfica especializada.

Resultados y Evaluación

El mayor desafío de la campaña era lograr que convivan y disfruten un nuevo mundo de HALO, tanto los fanáticos del juego quienes han seguido durante años a la franquicia, como los nuevos suscriptores que nunca habían oído hablar de ella. Desde Paramount+ consideramos que ese es el tipo de contenido premium que atrae a las audiencias a nuestra plataforma. Con esta serie nos propusimos crear momentos únicos, que permanezcan en los recuerdos de las audiencias y público deseado. Y por todo eso, consideramos que concretamos una exitosa campaña regional de comunicación:



- 9 episodios
- 46 entrevistas
- 1 Press Tour
- 2 Meet and Greet
- 1.610 Repercusiones en los medios
- +1.800 MILLONES de impresiones
- 55.4 MILLONES Estimated Views
- +3.4 MILLONES Engagements (likes, comments, shares, rt's, etc)
- +3.9 MILLONES de likes (me gusta)
- 85% sentimiento positivo

En su lanzamiento, HALO se convirtió en la serie nueva más vista de la plataforma de streaming a nivel global y a mediados del 2022, HALO es ya la serie del año en Paramount+

***Recomendamos ver el video completo de la Campaña de Comunicación adjunto**

Top Quotes

México:

- *"Es, por mucho, el más grande acontecimiento mediático, económico, social y, por supuesto, de absolutamente todas las ramas del negocio del entretenimiento, de los últimos años, a nivel mundial."* - **Álvaro Cueva**
- *"¡Es pura adrenalina y fan service!"* - **Excélsior**
- *"Serie de Halo causa revuelo en la Ciudad de México durante su estreno"* - **TV Azteca**
- *"Halo: The Series es gran parte de lo que los jugadores de Xbox quieren ver en una adaptación"*. - **Milenio**

Argentina:

- *"Halo es la vedette del servicio de streaming del grupo Paramount"* - **Télam**
- *"El de Halo es un mundo tan amplio como apasionante de razas en conflicto, dramas humanos y guerras de gran espectacularidad"* - **La Nación**
- *"Halo destronó a 1883 entre lo más visto de Paramount Plus, un logro importante"* - **Malditos Nerds**
- *"Halo reinventó la forma en que la gente piensa acerca de los videojuegos y se ha convertido en un fenómeno de entretenimiento global"* - **Cinéfilos**
- *"El universo gamer tiene una nueva encarnación de serie en HALO, que viene con la producción compartida de Steven Spielberg y Microsoft para narrar la lucha entre la Tierra y los extraterrestres."* - **Página 12**
- *"Es uno de los videojuegos más populares de los últimos tiempos y llegará a la pantalla de Paramount Plus en forma de serie"* - **La Cosa Cine**

Brasil

- *"Una de las ironías más interesantes y con mayor peso de los últimos tiempos en la cultura popular"* - **Folha de São Paulo (Brasil)**
- *"Paramount convierte a uno de los mejores videojuegos de la historia en una serie"* - **Omelete (Brasil)**
- *"Halo logra humanizar al héroe Master Chief y ofrece un nuevo acercamiento al protagonista de los juegos de Xbox"* - **Estado de São Paulo (Brasil)**

Chile

- *"La adaptación televisiva de los videojuegos de Halo ha sido todo un éxito en Paramount+, siendo la serie con el mejor debut en toda la plataforma de streaming."* **La Tercera (Chile)**
- *"Es bien conocido que muchas de las adaptaciones que hace Hollywood son de una calidad cuestionable, especialmente cuando se trata de videojuegos o anime. Sin embargo, el trabajo que se ha llevado a cabo con esta serie de Halo es particularmente bueno, pues busca honrar a los videojuegos de distintas maneras para que los fanáticos se sientan como en casa".* **Fayerwayer (Chile)**

