



Premios EIKON 2018

CATEGORÍA 11
Eventos



NOMBRE DEL PROGRAMA
Espacio Clarín, el lugar de los artistas

COMPAÑÍA
Grupo Clarín

ÁREA
Marketing / Comunicaciones Externas

RESPONSABLE DEL PLAN
Martín Etchevers, Tomás Vio, Nicolás de Anchorena

Un twitt:
"Espacio Clarín, el lugar de los artistas"

Introducción

El Grupo Clarín, cuya historia se inicia en 1945, es el grupo de medios de comunicación líder de la Argentina y uno de los más importantes de habla hispana. De origen, capital mayoritario y gerenciamiento nacionales, tiene presencia en medios escritos, radio, televisión, Internet y en la industria del cable. A lo largo de todos estos años, el Grupo vivió todas las transformaciones del sector de los medios y del país, adaptándose a los cambios, innovando y apostando a las nuevas tecnologías y los nuevos escenarios de la comunicación.

La estrategia editorial y empresarial de los medios de Clarín está sustentada en la independencia económica y periodística, el pluralismo, la innovación, la cercanía con la gente y el compromiso con el país. Durante los últimos años, la sociedad argentina vivió una fuerte polarización. Los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner (2003-2015) lanzaron un plan de ataques sistemáticos contra medios de comunicación y periodistas con el fin de afectar su imagen y su relación con sus audiencias. Por su masividad, Clarín fue uno de los blancos principales.

Ante esto, Clarín inició una serie de acciones para vincularse con cada uno de sus públicos por fuera del ataque oficial. Como parte de esa estrategia, en el 2013 montó el Espacio Clarín, un predio ubicado en la ciudad de Mar del Plata (principal centro turístico argentino) que durante toda la temporada de verano ofrece en forma gratuita una nutrida agenda de actividades vinculadas al entretenimiento y la cultura.

La iniciativa fue bien recibida tanto por el público como por los artistas que expusieron allí sus trabajos. Por eso, anualmente se repitió la experiencia. En el 2018 se llevó a cabo la quinta temporada del Espacio Clarín.



ESTE VERANO

Encontrá todos los días una propuesta diferente en un lugar único

MODA MÚSICA ARTE ENTREVISTAS INFANTILES

ESPACIO Clarín

ENTRADA LIBRE Y GRATUITA

Te esperamos en Güemes y Alberti MAR DEL PLATA

ClarínX eltrece TV MITRE

ESPACIO ClarínX MAR DEL PLATA | Verano



Los objetivos buscados con la implementación del Espacio Clarín fueron:

1. Construir una alta exposición de marca con un mensaje disociado de la problemática política y económica reinante.
2. Construir una experiencia única que permita un fuerte vínculo con la gente y genere mayor cercanía.
3. Generar más de 300 opciones de entretenimiento y ofrecer contenidos relevantes que puedan ser tomados por las redacciones para aumentar la audiencia de los medios del Grupo Clarín.
4. Fortalecer el vínculo con la comunidad artística, un público que había estado distanciado durante los últimos años.
5. Generar nuevas fuentes de financiamiento para los medios del Grupo Clarín en un contexto de caída de ingresos por publicidad.

Ejecución

“Espacio Clarín, el lugar de los artistas” | Quinta edición

- Entre los meses de enero y marzo, Espacio Clarín abrió sus puertas en la ciudad de Mar del Plata, todos los días, todo el día (de 10 a 22 horas) con entrada libre y gratuita.
- Todas las actividades fueron auspiciadas por terceros. Esto garantizó no solo que los eventos fueran autosustentables, sino que, además, generaran fuentes de ingresos alternativas para los medios del Grupo Clarín. La facturación superó los 3 millones de dólares.
- Durante 73 días ininterrumpidos ofreció en forma gratuita 326 recitales, espectáculos infantiles, desfiles, entrevistas, proyecciones de películas y actividades al aire libre.
- La programación también incluyó entrevistas abiertas a representantes de todo el arco político a quienes la gente pudo manifestarles sus inquietudes. Se trató de una apuesta al diálogo y al intercambio de ideas.
- Además, se montó un estudio de Radio Mitre (la radio argentina más escuchada). Esto agregó un atractivo ya que la gente pudo presenciar cómo se hacen sus programas de radio preferidos.
- Todas las actividades recibieron la cobertura de los medios del Grupo Clarín (diarios, televisión y radio).

- Clarín editó 9 suplementos especiales que acompañaron el diario del sábado con toda la información, agenda, entrevistas, fotos y backstage del evento.
- Más de 300 mil personas y casi 1300 artistas visitaron esta temporada del Espacio Clarín, convirtiéndolo en el éxito del verano. A lo largo de sus cinco ediciones fue visitado por más de 1.500.000 personas y más de 5.300 artistas.
- Las marcas del Grupo Clarín utilizaron el espacio para realizar lanzamientos, presentaciones y auspicios. Estuvieron presentes Clarín Mujer y Entre Mujeres en los desfiles, la revista infantil Genios en las actividades para chicos, el club de descuentos Clarín 365, que brindó beneficios a los veraneantes y la librería Cúspide vendiendo productos editoriales de Clarín y más de un millar de títulos literarios.
- Entre los artistas, diseñadores, autores, políticos y referentes que pasaron esta temporada por el Espacio Clarín estuvieron los cantantes Chyanne, Carlos Baute, Tini Stoessel, Patricia Sosa, Laura Esquivel y Sandra Mihanovich; los músicos Chano, Luis Salinas, Botafogo, Jairo, Juan Carlos Baglietto, David Lebón, Coti y Raúl Lavié; los actores Facundo Arana, Fátima Flores y el trío Midachi; los shows infantiles de Topa y Panam; el espectáculo de Fuerza Bruta; y los gobernadores María Eugenia Vidal (Buenos Aires) y Juan Schiaretti (Córdoba).
- Con todas estas actividades, el Espacio Clarín se convirtió en un punto de referencia a la hora de pensar en propuestas culturales y de entretenimiento para toda la familia en Mar del Plata.
- A efectos de potenciar la difusión del Espacio y de poder comunicar todo lo que allí sucedió, se montó una fuerte campaña publicitaria que incluyó spots de TV, radio y publicidad gráfica en los horarios de mayor audiencia.
- Se realizaron acciones solidarias donde los artistas crearon obras plásticas que fueron subastadas y la recaudación donada a ONGs.





Evaluación/ Comprobación:

- Elegido por el público, pero también por actores, músicos, bailarines, diseñadores, escritores e intelectuales -que encontraron un lugar en el cual difundir en forma masiva sus trabajos y promocionar sus espectáculos- Espacio Clarín terminó por consagrarse como “el lugar de los artistas”.
- Más de 20 empresas auspiciaron el Espacio Clarín, lo que lo convierte en un proyecto autosustentable.
- La quinta temporada del Espacio Clarín superó en visitantes a todas las ediciones pasadas.
- Desde el lugar, se transmitieron 633.600 segundos de radio en programas en vivo y publicidad a nivel nacional.
- Más de 10.000 segundos en televisión (Canal Trece, Magazine y TN).
- Más de 20 páginas en el diario Clarín, entre avisos y contenido.
- Fuerte presencia en redes sociales y + de 18 millones de impresiones en Clarin.com y Cienradios.com.
- Las actividades del Espacio Clarín fueron cubiertas por los medios más relevantes a nivel nacional y local.
- Fue declarado de interés provincial por la Provincia de Buenos Aires y el Municipio de General Pueyrredon
- Recibió dos menciones especiales en los premios Estrella de Mar
Ver video: <http://bit.ly/2paJxfG>

