MARTÍN FIERRO DIGITAL 2024

Categoría 20

Campaña general de difusión

Título del programa

“Martín Fierro Digital: Redes & Influencers”

Nombre de la compañía/institución

Martín Fierro Digital / Five Pro Events

Departamento, área que desarrolló el plan

Five Pro Events + Brand & Corporate PR de pulpo Latam

Persona/s responsable/s del plan de comunicación

Manuel Altman, Productor de Five Pro Events
Gonzalo Carriquiri, Director de planeamiento Five Pro Events
Diego Iraola, Presidente de Five Pro Events

Axel Escudero, Cofundador & CEO de pulpo Latam
Luz Tacchi, Directora de Brand & Corporate PR de pulpo Latam
Ignacio Vera Guillén, Coordinador de Brand Experience de pulpo Latam
Carolina Alvarado Rey, PR Specialist de pulpo Latam
Elías E. Santucho, PR Specialist de pulpo Latam
Juan I. González, PR Specialist de pulpo Latam
Julieta Di Napoli, PR Specialist de pulpo Latam

INTRODUCCIÓN

En 2024, los premios **Martín Fierro Digital** vivieron una edición histórica. Luego de seis ediciones realizadas, **por primera vez se implementaría una estrategia de Relaciones Públicas** a gran escala para amplificar el impacto del evento y consolidarlo como la premiación más relevante del ecosistema digital argentino.

El evento reconoció a creadores de contenido de todo el país, convocando a los principales referentes de la industria digital y a los medios más influyentes del entretenimiento nacional.

EL DESAFÍO

“Pasar de un evento digital a una conversación nacional”

Hasta 2024, los Martín Fierro Digital habían ganado un lugar simbólico en el ámbito del entretenimiento digital, pero aún **era necesario dar un salto de escala en visibilidad y posicionamiento**. La falta de una estrategia de prensa sostenida había limitado el potencial de amplificación del evento en los medios tradicionales y digitales.

El principal desafío consistía en generar una narrativa mediática que conectara a la industria del entretenimiento, el público general y el universo digital, con una cobertura transversal, plural y federal.

Además, el contexto presentaba un segundo reto: **lograr que la premiación trascendiera el nicho de las redes sociales** para instalarse como un verdadero acontecimiento cultural, capaz de generar conversación pública e interés periodístico más allá de los influencers convocados.

OBJETIVOS

1. Posicionar a los Martín Fierro Digital como la premiación más importante del ecosistema digital argentino

2. Ampliar la visibilidad del evento mediante una cobertura federal e integral que llegara a todos los rincones del país

3. Instalar la conversación social durante la noche de la premiación y el día siguiente, generando múltiples trending topics

NUESTRA ESTRATEGIA

Para alcanzar estos objetivos, se diseñó un plan de comunicación que incluyó **tres etapas clave: anticipación, amplificación y cobertura in situ**.

La estrategia se construyó sobre una narrativa clara: **los Martín Fierro Digital son un punto de encuentro entre el mundo tradicional de los medios y el nuevo ecosistema digita**l, y celebran a los creadores que marcan agenda en la cultura contemporánea.

La clave fue pensar el evento no solo como una premiación, sino como un **acontecimiento noticioso y federal**. Para eso, se trabajó activamente en la generación de contenido periodístico, el contacto personalizado con periodistas, productores, gerentes de programación y equipos de social media de cada medio, convocatoria a medios, la inclusión de figuras reconocidas como conductores y el refuerzo de alianzas estratégicas con medios mainstream.

PÚBLICOS CLAVE

IMPLEMENTACIÓN DE PLAN

Envío de 9 comunicados de prensa

A lo largo del período de campaña, con información segmentada para medios de espectáculos, entretenimiento, tecnología, sociedad, cultura y lifestyle. Cada envío se adaptó al enfoque editorial de los medios objetivo y se trabajó con timing preciso, lo que permitió mantener el interés informativo durante varias semanas y posicionar al evento en distintas secciones de la agenda mediática.

Comunicado 1: Ver anexo A
Comunicado 2: Ver anexo B
Comunicado 3: Ver anexo C
Comunicado 4: Ver anexo D
Comunicado 5: Ver anexo E
Comunicado 6: Ver anexo F
Comunicado 7: Ver anexo G
Comunicado 8: Ver anexo H
Comunicado 9: Ver anexo I

Coordinación de múltiples entrevistas con voceros e influencers

En medios como Canal de la Ciudad, Canal 13, Canal 9, Telefé, TV Pública, America TV y en programas como: Intrusos, A la Tarde, Implacables y el Diario de Mariana. Estas apariciones televisivas, radiales y digitales no solo aportaron visibilidad directa, sino que además otorgaron contexto institucional, promoviendo una narrativa sólida sobre el valor de los premios y su función dentro del ecosistema digital argentino.

Relación 1:1 con periodistas clave

Tanto de medios nacionales como de prensa regional, logrando una cobertura federal inédita. Se trabajó con una lógica personalizada de vínculo, asegurando el acceso a información de calidad y favoreciendo la construcción de una red de aliados estratégicos en medios de todo el país.

Convocatoria activa a más de 250 periodistas e influencers

Para asistir presencialmente a la gala y la alfombra roja. La asistencia superó las expectativas y generó un efecto multiplicador de contenido en tiempo real, con publicaciones orgánicas, transmisiones en vivo y notas generadas desde el propio evento por parte de los asistentes.

El esfuerzo y trabajo de una
NUEVA GENERACIÓN DE CREADORES DE CONTENIDOS

La dimensión “online” de contenidos
DE ENTRETENIMIENTO, COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

La influencia
DE LAS CREACIONES DIGITALES

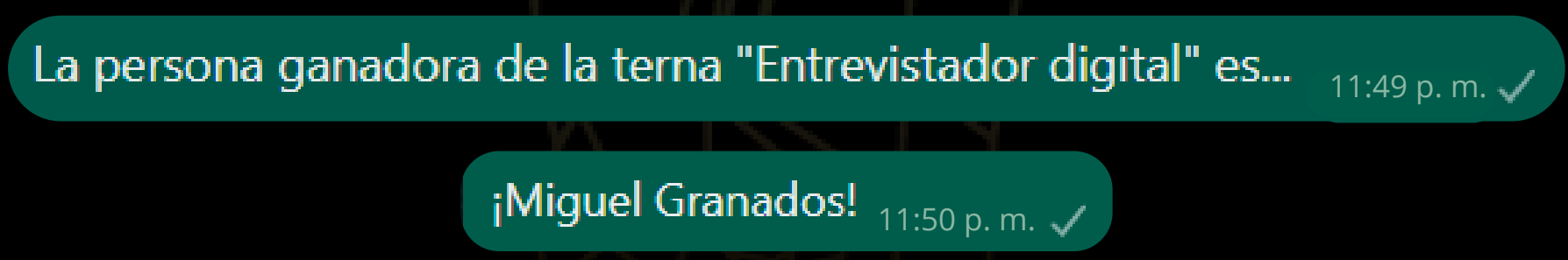
A las personas cuya creatividad
IMPACTA DIARIAMENTE A MILES DE PERSONAS

Producción de contenido exclusivo

Incluyendo cobertura fotográfica oficial, press kits, entrevistas, cápsulas y material audiovisual difundido en redes. Este contenido fue pensado tanto para la prensa en como para los canales institucionales del evento en tiempo real, y facilitó la posterior circulación de imágenes de alta calidad en notas y coberturas.

La comunicación fue en tiempo real con todos los periodistas, medios y canales en vivo a través de WhatsApp. Lo que permitió coordinar actividades exclusivas para la prensa y estar siempre conectados.

- Anuncios en alfombra roja
- Anuncio de ternas y ganadores
- Coordinación de entrevistas
- Acompañamiento de prensa
- Photo shooting con ganadores
- Imágenes en vivo de la ceremonia



Imágenes en vivo: Ver anexo J

Alianzas estratégicas con medios líderes

Coordinamos un espacio exclusivo junto a Revista GENTE y la transmisión digital por Canal 13, que brindaron legitimidad y llegada masiva. Estas acciones fueron claves para instalar el evento como una propuesta atractiva para públicos diversos y para sostener una narrativa unificada desde múltiples plataformas.

La estrategia de comunicación implementada para los **Martín Fierro Digital 2024** no solo logró amplificar el evento: lo transformó.

Esta edición marcó un antes y un después en la historia de la premiación, consolidando su lugar como el evento más relevante del universo digital argentino.

El caso demuestra el valor de una planificación estratégica en comunicación institucional y de la capacidad del periodismo, el entretenimiento y las plataformas digitales de converger en una narrativa común: celebrar a los nuevos protagonistas de la cultura popular.

Video de gestión + Ceremonia: Ver anexo K

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

+700 — **Menciones en medios a nivel nacional**, incluyendo televisión abierta, portales web y print, medios gráficos, y redes sociales.

+250 — **Medios únicos son los que publicaron contenido** en sus sitios con presencia en Argentina.

+200 — **Influencers asistieron de manera presencial**, y contribuyeron a una cobertura in situ sólida, diversa y emocional.

+90 — **Periodistas acreditados**, que asistieron a la cobertura de la alfombra roja y a la ceremonia de la premiación.

#1 — **En Trending Topics en X por 48hs**: durante la noche de la premiación y el día posterior, instalando al evento como conversación principal en redes sociales (#MFD2024).

PR Value estimado superior a **350.000 USD**, con un retorno altísimo en términos de exposición y posicionamiento

Más de **10 millones de audiencia** alcanzada, con una cobertura transversal y federal

Resultados de la campaña: Ver anexo L

MARTÍN FIERRO DIGITAL 2024
SÉPTIMA EDICIÓN